



ЭКОНОМИКА И ОБЩЕСТВО: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Киров
2020

ЭКОНОМИКА И ОБЩЕСТВО: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Сборник материалов
IV Всероссийской научно-практической конференции
(14 мая 2020 г., г. Сызрань)



Киров
2020

© АНО ДПО «Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании», 2020
© Сызранский филиал ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет», 2020
© Благотворительный фонд «Фонд содействия развитию молодежной науки», 2020
© Коллектив авторов, 2020

УДК 330
ББК 65
Э40

Э40 Экономика и общество: перспективы развития [Электронный ресурс]: сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции (14 мая 2020 г., г. Сызрань). Вып. 4 / [отв. за выпуск Т. С. Бобкова]. – Электрон. текст. дан. (5,1 Мб). – Киров: Изд-во МЦИТО, 2020. – 1 электрон. опт. диск (CD-R). – Систем. требования: PC, Intel 1 ГГц, 512 Мб RAM, 5,1 Мб свобод. диск. пространства; CD-привод; ОС Windows XP и выше, ПО для чтения pdf-файлов. – Загл. с экрана.

ISBN 978-5-907293-50-2

Научное электронное издание

Сборник включает доклады, представленные на IV Всероссийской научно-практической конференции «Экономика и общество: перспективы развития», которая проходила 14 мая 2020 года в дистанционном формате в г. Сызрани Самарской области. Конференция была организована Сызранским филиалом ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет».

В сборнике представлены результаты исследований студентов, магистрантов и аспирантов в области экономики, права, социально-гуманитарного знания в эпоху цифровизации. Цель конференции: вовлечение молодежи в научно-исследовательскую деятельность; содействие развитию творческих способностей, интеллектуального потенциала молодого поколения для решения актуальных задач, связанных с социально-экономическим развитием региона.

Материалы научно-практической конференции рассчитаны на студентов, магистрантов, аспирантов, преподавателей экономических вузов и ссузов, специалистов предприятий и организаций.

ISBN 978-5-907293-50-2

УДК 330
ББК 65

Оформление и верстка Е. Сунцова

Дата подписания к использованию: 26.05.2020

Объем издания: 5,1 Мб. Комплектация: 1 электрон. опт. диск (CD-R)

Тираж 7 экз.



Издательство АНО ДПО «Межрегиональный центр
инновационных технологий в образовании»

610047, г. Киров, ул. Свердлова, 32а, пом. 1003

Тел.: 8-800-222-30-98

<https://mcito.ru/publishing>; e-mail: book@mcito.ru

Содержание

Особенности и приоритеты социально-экономического развития региона в условиях перехода к цифровой экономике

Александрова Анастасия Михайловна, Шарохина Светлана Владимировна ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	9
Александрова Анастасия Михайловна, Пудовкина Ольга Евгеньевна ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ.....	13
Балашова Екатерина Андреевна, Стефанова Наталья Александровна ИССЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ АНТИКОРРУПЦИОННЫХ МЕР В СФЕРЕ «ДЕЛОВОЙ» КОРРУПЦИИ	17
Беликова Александра Владимировна, Александрова Ольга Борисовна ОЦЕНКА РИСКА В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР	21
Беневоленская Ксения Олеговна, Пудовкина Ольга Евгеньевна К ВОПРОСУ ОБ ИНТЕГРИРОВАННОМ ЛОГИСТИЧЕСКОМ КОМПЛЕКСЕ	25
Беневоленская Ксения Олеговна, Шарохина Светлана Владимировна РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ.....	29
Бобков Егор Олегович, Стефанова Наталья Александровна КОРРУПЦИЯ КАК ФАКТОР, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ РЕГИОНА.....	32
Гольгина Дарья Дмитриевна, Шарохина Светлана Владимировна ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ.....	37
Гольгина Дарья Дмитриевна, Пудовкина Ольга Евгеньевна «МЫСЛЯЩАЯ» ОРГАНИЗАЦИЯ	41
Гусейнова Альбина Агасафовна, Пудовкина Ольга Евгеньевна СИНЕРГЕТИКА БИЗНЕСА – НОВЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ КОУЧ-МЕНЕДЖМЕНТА	44
Епифанова Анна Игоревна, Шарохина Светлана Владимировна РЕШЕНИЕ ЗАДАЧ СЕГМЕНТАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ВЕЛИЧИНЕ ПРИБЫЛИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЗАКОНА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЦИПФА – ПАРЕТО	48
Епифанова Анна Игоревна, Пудовкина Ольга Евгеньевна РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ КОРПОРАЦИИ КАК МЕТОД ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ КРИЗИСА.....	53
Жилинский Никита Александрович, Понетаев Егор Андреевич, Клейменова Татьяна Николаевна ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН	58
Заряев Владислав Эдуардович, Головецкий Алексей Андреевич, Шевченко Татьяна Анатольевна, Куликов Виктор Михайлович РОЛЬ ВОЕННОГО БЮДЖЕТА В ФОРМИРОВАНИИ УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФУНДАМЕНТА ОБОРОНОСПОСОБНОСТИ ГОСУДАРСТВА	62
Захарова Елизавета Александровна, Шарохина Светлана Владимировна ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	66
Зубарев Кирилл Александрович, Шарохина Светлана Владимировна РИСКИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В ТОРГОВЛЕ	68
Картунчикова Виктория Алексеевна, Шарохина Светлана Владимировна МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	71
Картунчикова Виктория Алексеевна, Пудовкина Ольга Евгеньевна МОДЕЛИРОВАНИЕ АЛГОРИТМА ЭФФЕКТИВНОГО ВЫБОРА МАРКЕТИНГОВОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ	74

Кашмин Максим Дмитриевич, Пудовкина Ольга Евгеньевна УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ КАПИТАЛЬНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА	79
Кашмин Максим Дмитриевич, Пудовкина Ольга Евгеньевна КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ.....	82
Кашмин Максим Дмитриевич, Пудовкина Ольга Евгеньевна СОВРЕМЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ	86
Куропаткина Маргарита Павловна, Шарохина Светлана Владимировна ИЗМЕНЕНИЕ ТРАДИЦИОННОЙ МОДЕЛИ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ КАК СЛЕДСТВИЕ ПЕРЕХОДА К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	90
Куропаткина Маргарита Павловна, Шарохина Светлана Владимировна ИННОВАЦИОННЫЕ БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ В УСЛОВИЯХ РАСШИРЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ИНДУСТРИИ	95
Куропаткина Маргарита Павловна, Пудовкина Ольга Евгеньевна ЦИФРОВАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПЛАТФОРМА КАК ТРАЕКТОРИЯ РАЗВИТИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ В УСЛОВИЯХ РАСШИРЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ИНДУСТРИИ	98
Муратов Олег Владимирович, Шарохина Светлана Владимировна МОТИВАЦИЯ ТРУДА ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ.....	102
Некрасова Елена Сергеевна, Шарохина Светлана Владимировна КРЕДИТНЫЕ ПОРТФЕЛИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА И ИХ ВЗАИМОСВЯЗЬ С КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКОЙ	108
Некрасова Елена Сергеевна, Пудовкина Ольга Евгеньевна КОНЦЕПЦИЯ БЕСКРИЗИСНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПОТОКОВ КАПИТАЛА	113
Никитина Мария Сергеевна, Пудовкина Ольга Евгеньевна СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ	117
Никитина Мария Сергеевна, Шарохина Светлана Владимировна ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....	120
Осипов Алексей Александрович, Осипова Ольга Константиновна К ВОПРОСУ О ПОКАЗАТЕЛЯХ ОЦЕНКИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА	123
Перепелица Н. Д., Федотов Е. М., Носаль Р. В., Клейменова Татьяна Николаевна СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ КРЫМА В СОСТАВЕ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	127
Пронина Екатерина Анатольевна, Шарохина Светлана Владимировна ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КИБЕРПРЕСТУПНИКАМ.....	131
Пронина Екатерина Анатольевна, Пудовкина Ольга Евгеньевна РАЗВИТИЕ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ В РОССИИ	137
Реджепова Любовь Сергеевна, Шарохина Светлана Владимировна ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ.....	141
Семенова Елизавета Евгеньевна, Шарохина Светлана Владимировна МАРКЕТИНГ КАК ФАКТОР РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	144
Семенова Елизавета Евгеньевна, Шарохина Светлана Владимировна ДВА ПОДХОДА К ПОСТРОЕНИЮ АЛГОРИТМА РЕШЕНИЯ СЛАБОСТРУКТУРИРОВАННЫХ ЗАДАЧ	147
Семенова Елизавета Евгеньевна, Пудовкина Ольга Евгеньевна БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ СОВРЕМЕННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	151

Скороспехов Евгений Игоревич, Селицкий Егор Егорович, Клейменова Татьяна Николаевна	
РАЗВИТИЕ ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.....	155
Слепенчук Ирина Юрьевна, Братухина Елена Александровна	
ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ И ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ	158
Узляков Андрей Александрович, Братухина Елена Александровна	
УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	164
Халитов Наиль Ренатович, Кузьмин Георгий Васильевич, Шевченко Татьяна Анатольевна, Шиш Владимир Иванович	
ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ	170
Хчоян Карина Артуровна, Ясеницкий Игорь Андреевич	
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ.....	175
Шебяева Юлия Сергеевна, Шарохина Светлана Владимировна	
СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	179
Шебяева Юлия Сергеевна, Пудовкина Ольга Евгеньевна	
КИБЕРАТАКИ НА ОРГАНИЗАЦИИ	182
Юсупов Тимур Анатольевич, Шарохина Светлана Владимировна	
МУЛЬТИАГЕНТНЫЕ СИСТЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....	185
Юсупов Тимур Анатольевич, Пудовкина Ольга Евгеньевна	
СИСТЕМА ОТКРЫТОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ОБМЕНА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КОМПАНИИ.....	189
Актуальные проблемы юриспруденции в эпоху цифровизации	
Беспалова Анастасия Евгеньевна, Шарохина Светлана Владимировна	
ОБ УСИЛЕНИИ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ИНФОРМАЦИЮ, РАЗМЕЩЕННУЮ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	194
Боброва Яна Андреевна, Порунова Ольга Геннадьевна	
ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОХОЖДЕНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ СЛУЖБЫ	198
Гриценко Дарья Сергеевна, Тарасова Юлия Анатольевна	
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ШИКАНЫ В РАЗЛИЧНЫХ ПРАВОВЫХ СИСТЕМАХ	201
Сапов Егор Андреевич, Порунова Ольга Геннадьевна	
ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЮРИСПРУДЕНЦИИ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ.....	203
Гриценко Дарья Сергеевна, Тамоян Торник Зорабович, Суркова Ольга Егоровна	
АНТАРКТИКА: ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	205
Сергеева Виктория Викторовна, Хачатрян Вреж Мкртичевич, Пономаренков Виталий Анатольевич	
СУЩНОСТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА «НЕЙТРАЛЬНОЙ» ЮРИДИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ	210
Сергеева Виктория Викторовна, Хачатрян Вреж Мкртичевич, Пономаренков Виталий Анатольевич	
НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПРАВОВОГО ПРОЦЕССА В РОССИИ	212
Социально-гуманитарные исследования в современном информационном обществе	
Артамонова Елена Дмитриевна, Порунова Ольга Геннадьевна	
ФРАНЧАЙЗИНГ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ	216
Байбикова Диана Ринатовна, Климова Валерия Анатольевна, Титова Елена Васильевна	
СОХРАНЕНИЕ И РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЗАПОВЕДНИКОВ КАК ОДНО ИЗ РЕШЕНИЙ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ	218

Бобков Егор Олегович, Балашова Екатерина Андреевна, Панин Дмитрий Николаевич	
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КРИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ С IOT-ТЕХНОЛОГИЯМИ	221
Боброва Яна Андреевна, Порунова Ольга Геннадьевна	
СТРАНИЦЫ КАЗАЧЬЕЙ ИСТОРИИ.....	225
Гусейнова Альбина Агасафовна, Шарохина Светлана Владимировна	
СОВРЕМЕННАЯ ПАРАДИГМА ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА	228
Дружинин Егор Андреевич, Крайнова Екатерина Анатольевна	
ОПЕРАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	231
Захарова Елизавета Александровна, Пудовкина Ольга Евгеньевна	
КРЕАТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ КАК ФАКТОР СИНЕРГИИ НА РАЗЛИЧНЫХ УРОВНЯХ.....	234
Зелепухина Алина Вячеславовна, Моисеева Татьяна Алексеевна	
ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЕ.....	238
Коваленко Никита Александрович, Красноручский Игорь Яковлевич	
КОМПЛЕКСНАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ ПРИ ИЗБЫТОЧНОМ ВЕСЕ ТЕЛА	242
Лихачёва Юлия Сергеевна, Галаганова Светлана Георгиевна	
ЦИФРОВАЯ ЛИЧНОСТЬ: ПОНЯТИЕ И КРИТЕРИИ ОПИСАНИЯ	245
Мананникова Дарья Андреевна, Галаганова Светлана Георгиевна	
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ РИСКИ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ	248
Можаяев Павел Сергеевич, Снадченко Светлана Валерьевна	
ВОЗМОЖНОСТИ ИНТЕРАКТИВНОЙ ДОСКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИНФОРМАТИКА».....	256
Моисеева Анастасия Андреевна	
СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ АНОМАЛИИ В РУССКИХ ПАРЕМИЯХ.....	258
Муратов Олег Владимирович, Пудовкина Ольга Евгеньевна	
АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ЭНЕРГИИ – БУДУЩЕЕ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА	261
Паршин Максим Сергеевич, Тойшева Ольга Анатольевна	
РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА	267
Пашин Роман Антонович, Щербакова Ольга Михайловна	
СОВЕТСКИЙ ПЛАКАТ ВРЕМЕН ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ КАК СРЕДСТВО ОБЪЕДИНЕНИЯ СОВЕТСКИХ ГРАЖДАН	269
Сорокина Дарья Игоревна, Шарохина Светлана Владимировна	
О ВОЗМОЖНОСТЯХ КУЛЬТУРАЛЬНОЙ СОЦИОЛОГИИ В ИССЛЕДОВАНИИ МЕДИАКУЛЬТУРЫ.....	273
Утюжников Петр Николаевич, Тихонов Юрий Алексеевич	
ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА	278
Чуркина Дарья Сергеевна, Шарохина Светлана Владимировна	
О СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ «ИНМУТАЦИЯ» КАК РЕЗУЛЬТАТА ВНЕДРЕНИЯ СЕТЕВЫХ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	281
Авторы.....	285

Особенности и приоритеты социально-экономического развития региона в условиях перехода к цифровой экономике

Александрова Анастасия Михайловна,
студентка 4 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
nastasya.aleksandrova.98@mail.ru

Шарохина Светлана Владимировна,
научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические основы конкурентоспособности инновационной деятельности в регионах РФ, а так же представлены исследования в виде рейтинга стран мира по внедрению инноваций. Автор утверждает, что проблемы конкурентоспособности являются актуальными в современной экономике. От того, насколько эффективно решаются эти проблемы зависят многие аспекты социальной и экономической жизни как региона, так и государства в целом. Результаты анализа могут быть использованы в процессах разработки и реализации политики государственного регулирования регионального развития.

Ключевые слова: инновационная экономика, региональная экономика, конкурентоспособность, стратегия развития, поддержка уровня жизни населения.

Исследованию конкурентоспособности экономики, как на мировом, так и на региональном уровне, отведено большое внимание. В современных условиях стабильное состояние конкурентоспособности экономики и решение вопросов, связанных непосредственно с ее повышением, в большей степени зависят от способности страны активно задействовать инновационный потенциал. В условиях экономической борьбы между странами, регионами, отдельными предприятиями, когда рынок становится главным побудителем общецивилизационных ценностей, мощь государства определяется конкурентоспособностью внутренних производителей. Именно обеспечение конкурентоспособности лежит в основе разработки стратегических основ развития страны в целом, а также ее регионов.

Конкурентоспособностью в научной литературе трактуется, как способность опережать других, используя свои преимущества в достижении поставленных целей. Главная цель государства заключается в обеспечении конкурентоспособности своих регионов с тем, чтобы обеспечить достаточно высокий уровень жизни населения, создавая условия для цивилизационного и динамического развивающегося рынка. [8]

В отечественной литературе конкурентоспособности, особенно на региональном уровне, было дано не одно определение. С. И. Ожегов в «Толковом словаре русского

языка» пишет о конкурентоспособности, как об умении выдержать конкуренцию, противостоять своим конкурентам в достойной борьбе. [9]

Р. А. Фатхутдинов определяет конкурентоспособность, как способность объекта выдержать противостояние в сравнении с аналогичными объектами на национальном и мировом рынке. [7]

Так же, не можем не выделить, существенный вклад в разработку теории конкуренции и конкурентоспособности такого отечественного ученого, как П. С. Завьялова, который трактует конкурентоспособность как прямую зависимость между уровнем конкуренции и конкурентоспособностью экономики хозяйствующих субъектов. По его мнению, чем острее конкуренция и разнообразие формы ее проявления на рынках, тем выше уровень конкурентоспособности [3].

Из числа зарубежных авторов, по нашему мнению, наиболее точную трактовку дает американский экономист М. Ю. Портер, который указывает, что конкурентоспособность зиждется либо на макроэкономической политике (дефицит бюджета управления, валютная политика, открытие рынков), либо на сравнительных преимуществах, обеспечиваемых за счет таких источников, как трудовые ресурсы, природное сырье или капитал. [6]

Некоторые предложенные концепции М. Ю. Портера нашли свое отражение в расчете ежегодного рейтинга глобальной конкурентоспособности, в процессе присвоения рейтинга конкурентоспособности стран, организованном в 1996 году. [2] По данным 2019 года Россия отсутствует в первой десятке международного рейтинга конкурентоспособности, что свидетельствует о недостаточности ее инновационного потенциала, а также о наличии таких основных факторов, снижающих конкурентоспособность, как: коррупция, налоговое бремя, ограниченный доступ к финансированию, сложность налогового законодательства, низкий уровень образования кадрового персонала, политическая нестабильность и др. В общем рейтинге Россия занимает 46 место (в прошлом году – 45 место). [1] Большинство соседей по десятке остались, но у них поменялись позиции. На рисунке 1 предоставлен рейтинг конкурентоспособности стран

Lithuania	41.19	40	Lithuania	41.17	40
Croatia	40.73	41	Croatia	39.80	41
Greece	38.93	42	Romania	39.16	42
Ukraine	38.52	43	Turkey	38.90	43
Thailand	38.00	44	Greece	38.85	44
Viet Nam	37.94	45	Russian Federation	38.76	45
Russian Federation	37.90	46	Chile	38.70	46
Chile	37.79	47	Viet Nam	38.34	47
Moldova, Republic of	37.63	48	Montenegro	38.07	48
Romania	37.59	49	Qatar	37.90	49
Turkey	37.42	50	Ukraine	37.62	50

Рисунок 1. Global Innovation Index: место России в мире инноваций 2018-2019 гг.

Конкурентоспособность регионов государства определяется через реальные показатели, обозначающие число успешно реализованных инновационных проектов в регионе, а также через долю инновационной продукции в валовом региональном продукте (ВРП). Если инновации успешно реализованы в регионе, то они напрямую реагируют на внутренние и внешние рынки, повышая эффективность хозяйствования экономических субъектов страны.

Элементы инновационного потенциала региона не являются данностью. Они должны активно стимулироваться государством через разработку эффективной региональной политики для конкретного региона. Так, эффективность использования инновационного потенциала определяется наличием разработанной системы контроля и стимулирования инновационной деятельности, а также системы взаимосвязи между всеми субъектами инновационной деятельности. [5]

На рисунке 2 представлены основные элементы инновационной конкурентоспособности регионов.



Рисунок 2. Элементы инновационной конкурентоспособности функционирования регионов

Ассоциация инновационных регионов России в 2018 г. при участии представителей региональных администраций и ведущих экспертов страны провела мониторинг рейтинга внедрения инноваций в регионы, представленный в рисунке 3. [4]

Ранг	Регион	$I = \Sigma I / 29$	% от среднего	Группа	позиции в рейтинге (по сравнению с 2017-2.0+)	
1	г.Санкт-Петербург	0,68	172,9%	сильные инноваторы	0	0
2	Республика Татарстан	0,67	169,6%		1	1
3	г.Москва	0,65	166,4%		-1	-1
4	Томская область	0,63	161,2%		0	0
5	Московская область	0,60	152,2%		2	2
6	Новосибирская область	0,58	148,6%		-1	-1
7	Калужская область	0,57	145,0%		-1	-1
8	Нижегородская область	0,55	140,8%		3	3
9	Ульяновская область	0,54	138,2%		-1	-1
10	Самарская область	0,54	137,2%		-1	-1
11	Тюменская область (без АО)	0,53	133,9%		3	3
12	Республика Башкортостан	0,52	132,9%		0	0
13	Республика Мордовия	0,52	132,1%		0	0
14	Свердловская область	0,52	131,5%		3	3
15	Тульская область	0,51	128,8%		-5	-5

Рисунок 3. Рейтинг инновационных регионов России на 2018 год.

Согласно данному исследованию, лидерами инновационного развития являются 15 регионов, среди которых находится Самарская область, где значение индекса инновационного развития превышает 130 % от среднего уровня по стране. В тройку лидеров вошли: г. Санкт-Петербург, Республика Татарстан, г. Москва,

Таким образом, исходя из теоретических и практических аспектов конкурентоспособности регионов, можно сделать вывод о том, что одним из приоритетов государственной политики на уровне инновационного развития регионов, является стимулирование инновационной деятельности и управление данным процессом. В основе управления региональной политики лежит именно разработка инновационной политики, которая способствует решению задач повышения конкурентоспособности и устойчивости экономики.

Специфика регионального развития обуславливает необходимость разработки мероприятий по повышению результативности реализации Стратегии инновационного развития, которая является ориентиром для разработки концепций и программ социально-экономического развития России и регионов. Чтобы добиться высоких темпов и устойчивости инновационного роста региона, необходимо наличие развитой региональной инновационной системы. А сама инновационная система будет определяться как особая институциональная среда, которая включает в себя совокупность фазовых состояний инновационных процессов, изменяющихся под воздействием субъектов и объектов инновационной деятельности, а также государственной инновационной политики.

Литература/источники:

1. Evgeniy Pen Global Innovation Index: место России в мире инноваций.. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/flood/44152-global-innovation-index-mesto-rossii-v-mire-innovaciy> (Дата обращения: 19.03.2020).
2. Рейтинг стран мира по уровню глобальной конкурентоспособности по версии IMD, г. Москва, 2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/the-imd-world-competitiveness-yearbook/info> (Дата обращения: 19.03.2020).
3. Винокурцева Е. А. Конкурентоспособность регионов России // Вопросы экономики и управления. – 2017. – №2. – С. 88-91. – URL <https://moluch.ru/th/5/archive/58/2391/> (Дата обращения: 19.03.2020).
4. Рейтинг инновационных регионов России – 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://i-regions.org/reiting/rejting-innovatsionnogo-razvitiya> (Дата обращения: 19.03.2020).
5. Мухина Е.Р. Исследование категориальной сущности понятия «конкурентоспособность» // Современные научные исследования и инновации. – 2016. – № 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2016/01/62655> (Дата обращения: 19.03.2020).
6. Портер М. Конкуренция / Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 496 с.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика. –М.: Издательский книжоторговый центр «Маркетинг», 2013. –953 с.
8. Шкиотов С.В., Маркин М.И., Майорова М.А. Конкурентоспособность российской экономики: верификация теории национальной конкурентоспособности // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». – 2016. – Том 8, – №6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/86EVN616.pdf> (Дата обращения: 19.03.2020).
9. Энциклопедия экономиста. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/konkurentosposobnost.html> (Дата обращения: 19.03.2020).

Александрова Анастасия Михайловна,
студентка 4 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
nastasya.aleksandrova.98@mail.ru
Пудовкина Ольга Евгеньевна,
научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olechkasgeu@mail.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. На сегодняшний день, инфляция – одна из болезненных процессов, которые негативно сказываются на экономических составляющих страны. В статье рассмотрены теоретические аспекты и причины возникновения инфляции в государстве, а так же произведен статистический анализ уровня инфляции в стране по годам. Автором предложены наиболее эффективные меры борьбы с инфляционными составляющими.

Ключевые слова: инфляция, экономика, уровень данных, экономический рост, государственное регулирование, антиинфляционные меры борьбы.

В мире почти нет стран, где бы в XXI в. не было инфляции. Термин “инфляция” (от лат. – вздувание) впервые стал употребляться в Северной Америке в период Гражданской войны 1861-1865 гг. и обозначал процесс разбухания денежного обращения. [11] Данная проблема, о которой пойдет речь в нашей статье – это и есть теоретические и практические проблемы инфляции, которые не покидают человечество уже более 200 лет. Этот феномен представляет собой одну из наиболее значимых проблем современной экономики во многих странах, влияя отрицательно на все сферы общественной жизни государств.

Многие экономисты и политики признают данную проблему одной из самых тяжелых болезней XX-XXI столетия. Наряду с открытой, ценовой имеет место скрытая, или подавленная инфляция, проявляющаяся в дефиците товаров и услуг при неизменных ценах или невыплате заработной платы в срок, что означает ее последующую выплату обесцененными деньгами. Во многих странах уровень инфляции является важнейшим макроэкономическим показателем, влияющим на процентные ставки, курсы обмена, на потребительский спрос и иные аспекты, влияющие на стоимость и качество жизни. [1]

Актуальность данной темы видится в том, что инфляция является одной из острейших проблем современных макроэкономических показателей, как России, так и других государств, и изучение ее теоретических и практических проблем наиболее важно в наше время.

В настоящее время инфляция – одна из самых болезненных и опасных процессов, негативно сказывающихся на финансовой, денежной и экономической системе в целом. Инфляция не только означает снижение покупательской способности денег, но и подрывает возможности хозяйственного регулирования, сводит на нет усилия по проведению структурных преобразований, восстановлению нарушенных пропорций. [4]

Говоря о теоретических аспектах, в общем виде под инфляцией понимают совершающееся в экономике [9]:

- чрезмерное увеличение бумажных денег в обращении;
- снижение покупательной способности денег;

- общее длительное повышение цен.

Инфляция несет за собой множество социально-экономических последствий, наиболее острые из которых указаны в таблице. [12]

Таблица. Социально-экономические последствия инфляции в современной экономике

Социально-экономические последствия инфляции	Трактовка последствий
1. Снижение реальных доходов населения	Если номинальный доход остается стабильным или растет медленнее темпов инфляции, то реальный доход падает. Именно поэтому больше всего в период инфляции страдают люди с постоянными доходами.
2. Снижается объем производства	Чем выше растет инфляция, тем больше пропадают стимулы к труду у предпринимателей и работников. Инфляция ломает рыночный механизм саморегуляции, т.е. производители не получают выгоду от перемещения капиталов.
3. Дефицит на товарном рынке	Из-за роста цен товарно-материальных ценностей люди и предприятия стремятся материализовать свои быстро обесценивающиеся денежные средства в запасы. Результатом агитационной покупки товаров является рост инфляции спроса.
4. Увеличение доли продукции иностранного производства.	Когда объем выпуска отечественной продукции уменьшается, соответственно падает и их конкурентоспособность.

Россия в последние годы столкнулась с большим количеством внешних шоков, оказавших негативное влияние на ее экономическое развитие. Они носили как глобальный характер, так и приходили со стороны ее основных внешнеэкономических партнеров.

Проводимая в настоящее время в России экономическая политика не предусматривает смены экономической модели, основанной на сырьевой зависимости, и не решает кардинальным образом проблему стимулирования экономического роста. А инфляционный процесс разворачивается, как правило, в возрастающих темпах. Это весьма необычный, специфический тип инфляции, плохо поддающийся сдерживанию и регулированию.

Перейдем к анализу современного состояния инфляционных процессов в России. Для начала хотелось бы проанализировать данные за 2014-2018 года, так как именно в этот период происходило множество изменений, включающих в себя как политические конфликты, так и экономическую нестабильность в стране. Наглядно изменения инфляции будут показаны в диаграмме (рис.1). [5]



Рис. 1. Уровень инфляции в России по годам.

В годы экономической нестабильности, 2014 и 2015 гг., инфляция достигает 11,4% и 12,9% соответственно. Взрывной рост цен стал наблюдаться с середины декабря после девальвации рубля. Выделяют следующие причины высокой инфляции в этом году: снижение курса национальной валюты в начале года; рост инфляционных ожиданий из-за ослабления рубля; увеличение цен на отдельные товары (в связи с запретом экспорта); введение продуктового эмбарго для США, стран ЕС. [8]

Таким образом, главным дестабилизирующим фактором в 2014-2015 годах стала напряженная политическая обстановка, приведшая к экономическому кризису, и в связи с этим наиболее эффективными мерами по борьбе с инфляцией в России могли бы стать жесткое контролирование цен, а также поддержка отечественных производителей и экспорта продукции.

Совсем иная картина показана в 2016 г., где уровень инфляции составил всего 5,4%. ЦБ пояснил данную ситуацию так: «Снижение инфляции этом году было обусловлено временными факторами. Одним из них было укрепление рубля в условиях более высоких, чем ожидалось, цен на нефть, а также сохранения интереса внешних инвесторов к вложениям в российские финансовые активы». [6]

В 2017 году уровень инфляции составил 2,5%. Предыдущий минимум был превоен больше чем в 2 раза. Президент В.В. Путин отметил, что страна добилась минимальной инфляции. Это заслуга, как Центробанка, так и Правительства, заметил он. Причины снижения темпов инфляции: укрепление рубля, хороший урожай (вспомним, что в 2017 РФ урожай зерна составил рекордные 134.1 млн. тонн), а так же торможение роста цен. 15 декабря 2017 года Банк России принял решение в очередной раз понизить ключевую ставку до 7,75% годовых. [2]

Инфляция в 2018 году составила 4,2% после 2,5% в 2017 году. Министерство объясняла данный фактор повышения уровня на фоне падения рубля, слабого урожая и ожиданий повышения НДС. [7]

И наконец, ушедший 2019 год, в котором уровень инфляции снова снизился до 3,95%. Хочется сказать, что за последние годы темпы инфляции существенно менялись каждый год. Полностью исключить инфляцию даже при рыночной экономике невозможно. Пока что нам удалось стабилизировать низкий уровень инфляции, что будет дальше, покажет время, а пока существуют лишь примерные догадки насчет темпов инфляции. [3]

Что касается текущего, 2020 года, то 12.03.2020 г. Минфином РФ спрогнозировали уровень инфляции в России на 2020 год. По прогнозам инфляция составит около 4%. Он отметил, что, несмотря на этот прогноз, нужно заниматься поддержкой уязвимых отраслей на фоне падения рубля. В их числе производство бытовой техники и фармацевтики. [10]

На основе предоставленных данных, можно определить следующие необходимые меры антиинфляционной политики:

- погасить инфляционные ожидания населения, что подразумевает под собой проведение различного рода мероприятий, посвященных антиинфляционной политике;
- разработать меры по сокращению бюджетного дефицита;
- установить жестких лимитов на ежегодный прирост денежной массы;
- ограничить рост тарифов на услуги ЖКХ;
- укрепить национальную денежную валюту;
- увеличит объем инвестиций в производство и инфраструктуру для совершенствования экономики страны

Можно сделать вывод, что данная политика играет важную роль в борьбе с инфляцией и ее снижение зависит только от разумного выбора методов борьбы с ней. Рыночная система хозяйства не является идеальной, а рассмотренные «болезни» рыночной экономики сдерживают развитие человеческого общества и отрицательно сказываются на экономическом росте страны.

Таким образом, сложность проблемы не означает ее нерешимость. Осознание противоречивости и сложности экономической ситуации должно предотвратить односторонние действия, способные только усугубить уровень инфляции. Осуществление структурных изменений должно сопровождаться государственными мерами по социальной защите населения. А также наиболее эффективными мерами по борьбе с инфляцией в России стали бы поддержание отечественного производства и жесткое регулирование цен.

Литература/источники:

1. Бердышев, А. В. и др. О некоторых проблемах денежно-кредитной сферы российской экономики / А. В. Бердышев, Д. С. Смирнова, В. А. Соломина // Экономика и социум. – 2016. – № 1 (20). – С. 110-112. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://istina.msu.ru/publications/article/38266257/>
2. Гордиевич Т. И., Рузанов П. В. Факторы замедления инфляционных процессов в экономике // Омский научный вестник. Сер. Общество. История. Современность. 2018. № 3. С. 107–112. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-zamedleniya-inflyatsionnyh-protssesov-v-ekonomike/viewer>
3. Ефанова Л.Д., Шмуклер С.А. Особенности инфляции в России/ Вестник университета № 4, 2019 [Электронный ресурс] Режим доступа: https://vestnik.guu.ru/jour/article/view/1405?locale=ru_RU
4. Инфляция в России/Таблицы уровня инфляции России/ [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://xn----ctbjnaatncev9av3a8f8b.xn--p1ai/%D1%82%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D1%86%D1%8B-%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BB%D1%8F%D1%86%D0%B8%D0%B8>
5. Ильяшенко, В. В. Инфляция в современной России: теоретические основы, особенности проявления и региональный аспект / В. В. Ильяшенко, Л. Н. Куклина // Экономика региона. – 2017. – Т. 13. – Вып. 2. – С. 434-445.
6. Курганский С.А. Факторы инфляции в России в 2016 году/экономическая теория/байкальский государственный университет, 2016 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-inflyatsii-v-rossii-v-2016-godu>
7. Маркелов Р. Уровень инфляции 2018//Макроэкономика, 2018. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://rg.ru/2019/01/10/rosstat-nazval-uroven-infliacii-v-2018-godu.html>
8. Маякова Е.А., Савченко Ю.С. Тенденции и особенности инфляционных процессов в экономике России/ политика, экономика и инновации № 4 (14), 2017 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-i-osobennosti-inflyatsionnyh-protssesov-v-ekonomike-rossii>
9. Назиров, Д. Т. и др. Инфляционные процессы в современной России: причины, тенденции и антиинфляционная политика / Д. Т. Назиров, Ш. Р. Мехтиев, М. А. Довлетмурзаева // Наука и молодежь. – 2016. – С. 202-207
10. Официальный новостной сайт Известия IZ/ Минфин спрогнозировали уровень инфляции в РФ по итогам 2020 года [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://iz.ru/986223/2020-03-12/v-minfine-sprognozirovali-uroven-infliacii-v-rf-po-itogam-2020-goda>
11. Право и суд в современном мире: Сборник статей и тезисов XIV Ежегодной конференции Российского государственного университета правосудия (г. Москва, 19-20 февраля 2015)/ Под общ. ред. А.Е. Кирпичева. – М.: РГУП, 2016. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://op.raj.ru/index.php/serijnye-izdaniya/117-sborniki-nauchnykh-statej/480-pravo-i-sud-v-sovremennom-mire-sbornik-statej-i-tezisev-xiv-ezhegodnoj-konferentsii-rgup>
12. Таланова Е.А. Инфляция в России: состояние, причины и пути решения проблемы/ общество: политика, экономика, право (2013, № 4) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/inflyatsiya-v-rossii-sostoyanie-prichiny-i-puti-resheniya-problemy>

Балашова Екатерина Андреевна,
студентка 2 курса, специальность
«Информационная безопасность телекоммуникационных систем»
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики»,
г. Самара
balashova419@gmail.com

Стефанова Наталья Александровна,
научный руководитель, к.э.н., доцент,
заместитель заведующего кафедрой «Цифровая экономика»
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики»,
г. Самара
stefna@yandex.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ АНТИКОРРУПЦИОННЫХ МЕР В СФЕРЕ «ДЕЛОВОЙ» КОРРУПЦИИ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы проявления коррупции в сфере взаимодействия представителей бизнеса и органов власти. Представлены некоторые результаты социологического опроса респондентов относительно «деловой» коррупции, предложены возможные варианты антикоррупционных мер.

Ключевые слова: «деловая» коррупция, меры по борьбе с коррупцией, бизнес-сообщество, государственные и муниципальные органы власти.

В настоящее время коррупция приобрела масштабное распространение и системный характер, видоизменяясь по своей структуре и содержанию, оказывая отрицательное воздействие на различные сферы жизни и деятельности, нанося огромный ущерб экономике. С точки зрения М. О. Изотова «Коррупция как особое социальное явление существует в любом обществе, которое нуждается в управлении, и искоренить ее полностью невозможно. Однако уровень коррупции в разных странах и в разные эпохи различен. Российская Федерация относится к странам, в которых коррупция получила широкомасштабное распространение» [1].

В связи с этим возрастает актуальность поиска мер, с помощью которых можно было бы эффективно бороться с коррупцией. На государственном уровне применяются различные меры по борьбе с коррупционными проявлениями на разных уровнях. В классическом проявлении коррупция выступает, прежде всего, как взаимодействие с властью. Но в настоящее время понятие коррупции расширяется, исследователи отмечают, что коррупционное взаимодействие может происходить и без участия властных структур. Примерами могут служить случаи сговора коммерческих структур при участии в государственных торгах, оплата гражданами медицинских, получение различных справок и иных услуг.

М. О. Изотов отмечает, что «среди социологических работ по этой проблеме необходимо отметить исследования М. Н. Афанасьева, Н. А. Ахметовой, С. Ю. Барсуковой, И. И. Брянцева, М. Вебера, З. Б. Дзюгиевой, М. Ч. Додловой, И. Л. Захарова, Д. К. Казымбетовой, Ю. А. Левады, А. В. Ледневой, Р. К. Мертона, В. Л. Римского, Г. А. Сатарова» [1].

По мнению Севрюгина В.Е., «деловая коррупция оказывает негативное влияние как на инновационную активность, так и на инновационную привлекательность бизнеса в России, способствует дальнейшему процветанию олигархических групп, паразитирующих на рентоориентированной сырьевой экономике, ведёт к дальнейшему обнищанию населения и, как следствие, к серьёзным материальным, социально-экономическим и имиджевым потерям внутри страны и на международной арене» [2].

Общественное сознание современного российского общества в оценке коррупции характеризуется размытостью, наличием часто противоположных мнений. И всё же для большинства россиян коррупция – это пагубное социальное явление, которое, если с ним не бороться, может, сделать жизнь в обществе невыносимой.

В статье приведены некоторые результаты социологического опроса, основанного на методике, утвержденной Постановлением Правительства РФ от 25.05.2019г. №662 [3], в котором принимали участие представители бизнес-сообщества одного из муниципальных образований Самарской области.

По результатам исследования можно заключить, что сферами, отличающимися наибольшей проблемностью, являются: полиция, органы внутренних дел (3,5), органы по архитектуре и строительству, БТИ (3,4); органы по реализации государственной политики в сфере торговли, питания и услуг (3,25) и Роспотребнадзор (3,25). В скобках указано среднее количество обращений представителей бизнеса в органы власти, которые изначально трактуются как возможно попадающие в коррупционную ситуацию (по каждому органу власти). Нулевые показатели выявлены у следующих органов власти в сфере "деловой" коррупции за последний год: судебные органы; ФАС России; органы, занимающиеся вопросами предоставления земельных участков, и Росреестр. Ниже приведены результаты исследования, показывающие количество коррупционных сделок (по всем органам власти), в которые попадали представители бизнеса (см. табл.1).

Таблица 1 - Количество коррупционных сделок, в которые попадали представители бизнеса

Органы власти	регулярно, 1 раз в год	регулярно, 1 раз в квартал	эпизодически, 1 раз в этом году	эпизодически, 2 и более раз в этом году	неформальные платежи не осуществлялись
Судебные органы	-	-	-	-	21
Полиция, органы внутренних дел	-	4	-	2	5
Прокуратура	-	-	1	-	3
Налоговые органы	1	-	6	3	6
Ростехнадзор	1	2	-	-	-
ФАС России	-	-	-	-	20
Органы противопожарного надзора, МЧС	3	-	1	4	-
Роспотребнадзор	-	2	-	4	-
Органы по охране природных ресурсов и окружающей среды	-	-	2	2	-
Органы по охране труда	-	-	1	1	-
Органы, занимающиеся вопросами предоставления земельных участков	-	-	-	-	10
Органы, занимающиеся предоставлением в аренду помещений, находящихся в государственной (муниципальной) собственности	-	-	-	1	-
Органы по реализации государственной (муниципальной) политики в сфере торговли, питания и услуг	-	1	-	1	-
Органы по архитектуре и строительству (БТИ и др.)	-	4	1	-	-
Росреестр	-	-	-	-	10
Иные органы власти	1	1	-	1	-

В итоге, оценка числа коррупционных сделок, в которые попадал каждый представитель бизнеса за год, составила 125.

Показатель «риск деловой коррупции» составляет 0,4. Данный показатель производится по формуле 1, представленной ниже.

$$\text{риск "деловой" коррупции} = \frac{\text{кол} - \text{во коррупционных сделок, в которые попадали представители бизнеса}}{\text{кол} - \text{во обращений представителей бизнеса в органы власти}}$$

1)

Далее рассмотрим причины, по которым респонденты обращаются в определенные органы власти, напрямую или косвенно влияя на должностное лицо (см. диагр.1).

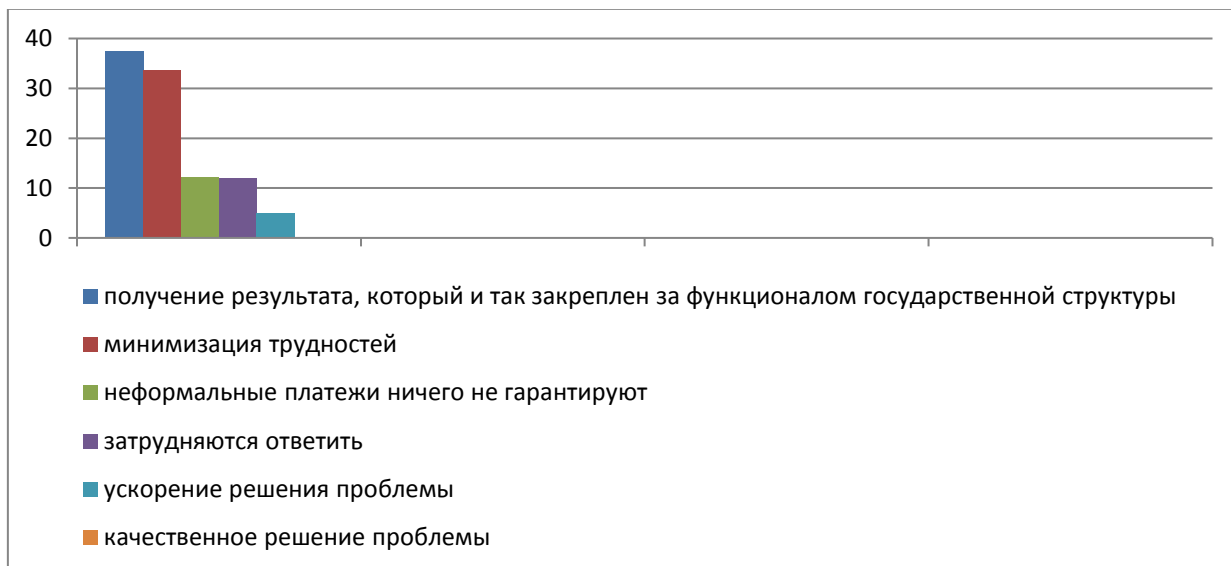


Диаграмма 1. Основной результат от оказания влияния на должностное лицо посредством осуществления неформальных прямых и (или) скрытых платежей, %

84,5% респондентов считают, что актуальная ситуация развития собственного дела и его регулирование органами власти способны существовать без коррупционной составляющей.

Оценка эффективности антикоррупционных мер в сфере «деловой» коррупции проводится, в том числе по степени информированности представителей бизнес-сообщества. Ниже представлены результаты оценивания антикоррупционных мер представителями бизнеса (см. диагр. 2).



Диаграмма 2. Мнение респондентов об эффективности действий органов власти по противодействию коррупции (%)

86% респондентов ответили, что им известно об антикоррупционных методах, лишь 14% ничего об этом не знают.

Ранжированный ряд мнений представителей бизнеса о борьбе с «деловой» коррупцией в регионе:

- 1) полностью не удовлетворены мерами борьбы с «деловой» коррупцией (25,3%);
- 2) скорее не удовлетворены мерами борьбы с «деловой» коррупцией (33,1%);
- 3) скорее удовлетворены, чем нет, мерами борьбы с «деловой» коррупцией (18,3%);
- 4) полностью удовлетворены мерами борьбы с «деловой» коррупцией (11,8%);
- 5) затрудняются ответить (11,5%).

В той или иной степени удовлетворены деятельностью органов власти на муниципальном и региональном уровнях по обеспечению антикоррупционной политики в сфере «деловой» коррупции 30,1%; не удовлетворены – 58,4% опрошенных респондента. Разница между негативными и позитивными оценками составила «-28,3%». Тем самым, мы наблюдаем, что соотношение негативных и позитивных оценок остается в зоне «неудовлетворенности».

Половина респондентов назвала ряд целей, при которых организации (предприятия, фирмы, бизнес) используют неформальные прямые и (или) скрытые платежи при взаимодействии с органами власти:

- 1) для ускорения получения необходимых документов, разрешений, лицензий, сертификатов и прочее (21,5%);
- 2) для обхода слишком сложных, обременительных для организаций требований законодательства или регулирующих органов (12,3%);
- 3) для обхода невыполнимых (противоречивых) требований законодательства или регулирующих органов (8,6%);
- 4) не для достижения определенных целей, просто платежей не удастся избежать (8,2%).

2/3 опрошенных представителей бизнеса отрицательно оценили меры по борьбе с деловой коррупцией.

Абсолютно неэффективной считают такую меру борьбы с коррупцией как регламентирование подарков должностным лицам (запрет на получение подарка, необходимость передачи подарков, полученных в ходе официальных мероприятий, в собственность государства) практически 30% респондентов.

Ухудшающей ситуацию (контрэффективной) называют меру, связанную с повышением зарплат государственным и муниципальным служащим, чтобы они меньше стремились к получению нелегальных доходов 15,7% опрошенных.

К числу неэффективных относят меру, связанную с созданием специального органа власти по борьбе с коррупцией (37,4%).

Очень эффективными мерами борьбы с коррупцией представители бизнес-сообщества города считают усиление контроля за доходами и расходами должностных лиц и членов их семей (60,5%).

Основной причиной распространения взяточничества и коррупции в России респонденты считают сложившиеся традиции в обществе, особенности культуры, менталитета (48,7%).

По результатам проведенного социологического исследования, которое было посвящено анализу динамики коррупционной ситуации на территории муниципального образования, включая опрос представителей бизнеса об уровне «деловой» коррупции, можно предложить следующие антикоррупционные меры:

- с целью усиления антикоррупционной составляющей при отборе управленческих кадров принимать решение об их трудоустройстве с учетом мнения субъектов профилактики коррупционных правонарушений;

- необходимо учитывать, что существующие формы коррупции видоизменяются по своей структуре и содержанию, делая неэффективными те меры, которые применялись к ним ранее; возникают новые виды коррупционного поведения государственных и муниципальных служащих, в связи с этим актуализировать исследования по статистике коррупционной составляющей на разных уровнях власти, раскрывая детерминирующие факторы;

– применять «новации» в сфере антикоррупционной борьбы, внедряя такие технологии как «блокчейн», что возможно максимально уменьшит вероятность проведения незаконных коррупционных схем, за счет хранения информации в открытом реестре. Данная технология уже несколько лет применяется не только в цифровых финансовых системах, но и в других сферах экономики. Преимуществами блокчейна являются: хранение у всех членов системы одновременно, благодаря чему становится невозможным ее взлом и похищение; прозрачность данных совершенных транзакций, благодаря чему любой пользователь может отследить информацию о переводе средств и удостовериться в том, что платеж в системе действительно был отправлен; невозвратность всех транзакций; передача кодов «напрямую» без посредников. Инновационная технология имеет некоторые несовершенства: низкая скорость переводов в случае перегруженности базы; неопределенный нормативный статус и первоначальная большая стоимость внедрения технологии.

Таким образом, исходя из анализа результатов социологического опроса можно заключить, что практическое осуществление антикоррупционной политики должно носить комплексный характер, только в этом случае возможно снижение отрицательных последствий от коррупции до уровня, не препятствующего нормальному развитию общества и экономики в целом. Меры предупредительного характера должны быть направлены на устранение и изменение социокультурных оснований коррупции. Однако следует отметить, что феномен коррупции способен изменяться и приспосабливаться к любым неблагоприятным для своего существования условиям. В связи с чем, регулярное исследование мнения представителей бизнес-сообщества по оценке «деловой» коррупции, поможет получить «обратную связь» и выработать наиболее эффективные способы борьбы с коррупцией.

Литература/источники:

1. Изотов М.О. Автореферат на соиск. уч. ст. к. фил. н. Коррупция в современной России: социокультурные основания и формы проявления. – 2012. С.23. Дата обращения: 28.03.2020 <https://www.dissercat.com/content/korruptsiya-v-sovremennoi-rossii>
2. Севрюгин В.Е. Деловая коррупция как фактор, тормозящий развитие бизнеса в России //Вестник Академии энциклопедических наук. Изд-во: Академия энциклопедических наук, Челябинск. – 2018. №1 (30). С.14-23. Дата обращения: 28.03.2020 <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32738137>
3. Постановление Правительства РФ от 25.05.2019 N 662 «Об утверждении методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня коррупции в субъектах Российской Федерации».

Беликова Александра Владимировна,
магистрант 1 курс, ФГБОУ ВО Финансовый университет при правительстве РФ,
г. Москва

Александрова Ольга Борисовна,
док. экон. наук, доцент, филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)
Alekcandrovaob@gmail.com

ОЦЕНКА РИСКА В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

Аннотация. В статье рассматриваются риски предпринимательских структур, как фактор, сдерживающий их развитие. Изменения экономической ситуации в стране приводят к росту рискованных ситуаций в предпринимательской среде и увеличению степени их влияния на результаты деятельности хозяйствующих субъектов. Оценка предпринимательских рисков имеет большое значение для всех участников сделки, и способно обеспечить их безопасность.

Ключевые слова: *предпринимательский риск, межфирменная интеграция, оценка риска, управление рисками.*

С переходом к рыночной экономике возникают благоприятные условия для предпринимательства. Предпринимательские структуры вносят большой вклад в обеспечение экономического роста экономики. Их экономическая деятельность связана как с внешней средой, так и с внутренней. Предприниматели осуществляют совою деятельность в условиях постоянной конкуренции. Функционирование предпринимательских структур предполагает поиск и разработку каждой из них собственного пути развития.

Основой получения прибыли является капитал, что определяет успех развития предпринимательства. Совмещение, объединение факторов производства дает новые возможности для предпринимательства. Межфирменная интеграция приводит к возникновению новых организационных форм, что делает предпринимательство сложной, многоуровневой структурой. Любой форме предпринимательства, от частного бизнеса до крупных корпораций присущи риски. Каждый предприниматель принимает на себя риск, чтобы иметь возможность получения прибыли. Нахождение разумного баланса между риском и доходностью ведет к увеличению капитала. На конечный результат предпринимательской структуры влияют объективные и субъективные причины, влияние которых не всегда можно определить на конечный результат, а в процессе реализации деятельности они могут меняться.

Предпринимательский риск – это опасность потенциальной потери ресурсов или отклонение от нормативного варианта, ориентированного на рациональное использование ресурсов. Потери могут возникнуть на всех стадиях жизненного цикла хозяйственной деятельности, на всех этапах воспроизводственного процесса.

Так как риску подвергаются определенные субъекты экономических отношений, следует обязательно учесть, сколько субъектов подвергается риску. В предпринимательской деятельности выстраивается целая цепочка участников в этом процессе, которые так или иначе связаны между собой и зависимы. Классификацию негативных последствий необходимо проводить по масштабу их проявления, что даст возможность охарактеризовать целесообразность риска не одним, а несколькими измерениями. Исследуя риски предпринимательской структуры, следует учитывать специфику деятельности, что позволит ограничить круг исследуемых рисков и установить приоритет исследования профильных рисков [1].

Риск действует в условиях выбора, что предполагает существования несколько вариантов выбора. В любой ситуации существует, по меньшей мере, два варианта альтернативного выбора: принять или отказаться от риска. В ходе реализации сделки альтернативы могут изменяться, а их последствия не всегда можно представить в момент принятия решения, на которое влияет конкретное содержание риска и зависит от сложности и метода выбора.

Для повышения эффективности предпринимательства необходима система управления рисками, перед которой ставятся задачи повышения финансовой устойчивости предпринимательских структур и безопасное стратегическое их развитие. Управление рисками есть составная часть обеспечения результирующей доходности предпринимательской деятельности.

Управление рисками представляется не только, как инструмент, нацеленный на снижение и предотвращение рисков, но и механизм, выполняющий определенные функции, подходящий к рассмотрению рисков хозяйствующих субъектов как специфических [1].

Основное свойство предпринимательских рисков альтернативность, т.е. необходимость выбора из двух и более возможных вариантов действий, что предполагает соответствующую оценку.

Целью оценки риска является получение объективной информации для последующего принятия решения и выбора способа нейтрализации риска. Оценка риска

является основным элементом процесса управления рисками, включающие в соответствии с ИСО 31000 следующие элементы [2]:

- обмен информацией и консультации;
- установление области применения менеджмента риска;
- оценку риска (включая идентификацию риска, анализ риска и сравнительную оценку риска);
- обработку риска;
- мониторинг и анализ риска.

Оценка риска предполагает определения качественной и количественной величины риска.

Качественная оценка определяет вероятные виды рисков и факторы способные влиять на их уровень при выполнении конкретных действий.

Количественная оценка определяет возможность наступления ожидаемого события и вероятность ожидаемого ущерба.

Главной задачей здесь является сформировать культуру понимания риска, т.е. каждый участник сделки несет ответственность за свой деловой риск. Для оценки риска необходимо собрать исходную информацию о субъекте – носителе риска.

При оценке риска используют следующие методы [3]:

- статистический метод;
- метод экспертных оценок;
- аналитический метод;
- метод применения аналогов;
- метод оценки целесообразности затрат;
- комбинированный метод.

Статистический метод основан на рассмотрении статистики потерь в подобных организациях, для определения вероятности события и установления размера риска. Полученная вероятность и есть возможный результат. Используют два показателя, характеризующие ситуацию: показатель среднего ожидаемого значения и показатель изменчивости возможного результата. Одним из статистических методов является метод «Монте Карло».

Плюсы метода: возможность оценивать разные сценарии с учетом разных причин риска.

Минусы метода: применение вероятностных характеристик не всегда удобно применять на практике и не удовлетворяет участников проекта.

Метод экспертных оценок основан на мнении экспертов, к которым предъявляются определенные требования (доступ к информации, креативное мышление, высокая степень знаний в предметной сфере, отсутствие личного интереса к реализуемому проекту и др.). Применяется при недостаточном объеме информации, на начальных стадиях проекта, носит достаточно субъективный характер. Одним из методов экспертной оценки является метод «Дельфи».

Плюсы метода: нет необходимости в точных исходных данных и специальном программном обеспечении; оценка проводится до определения эффективности проекта; простота, четкость и ясность расчетов.

Минусы метода: возникают трудности с привлечением экспертов и субъективностью расчетов.

Аналитический метод основан на теории игр, что доступно для узких специалистов. Построение кривой риска является сложным и трудным процессом. Одной из разновидностей данной оценки является метод чувствительности модели.

Плюсы метода: позволяет определить финансовые потоки на каждый момент действия проекта (показатели эффективности деятельности), возможность определить ключевые показатели, оказывающие наибольшее влияние на доходность проекта.

Минусы метода: не является всесторонним и не уточняет возможность реализации альтернативных проектов.

Метод применения аналогов основан на использовании базы данных реализованных аналогичных проектов. Необходимо выполнять условие достаточной схожести по основным параметрам проекта с аналогом.

Плюсы метода: дает возможность сопоставить причины перерасходования средства в аналоговом реализованном проекте.

Минусы метода: необходимо соблюдать осторожность и аккуратность при обобщении срывов сценариев проекта.

Метод оценки целесообразности затрат определяет потенциальные зоны риска, связанные с перерасходом затрат из-за недооценки первоначальной стоимости, изменения границ проекта, различия производственного процесса, увеличения первоначальной стоимости.

Плюсы метода: ключевые факторы могут быть детализированы для конкретного проекта, риск выявляется на каждом этапе проекта.

Минусы метода: стадии утверждения связаны с этапами проекта и реализовываются на дополнительной информации о проекте.

Комбинированный метод основан на использовании одновременно несколько методов. Комплексное использование различных методов позволяет достичь оптимального соотношения между уровнем достигнутого снижения риска и необходимым для этого дополнительными затратами.

Рассмотренные методы дают возможность ранжировать риски по степени значимости, сравнить выявленные риски с критериями, характеризующие значимость предпринимательского риска, что является основополагающим в принятии решения относительно способа управления рисками. Процесс оценки риска сочетает в себе идентификацию, анализ и сравнение, что позволяет лучше понять возможные рискованные ситуации их причины и последствия, и отразится на принятии решения.

Решения по нейтрализации риска принимаются на основе полученных результатов оценки риска и сводятся к двум альтернативным вариантам: принять или избежать риска. Выбирая способ снижения возможных финансовых потерь, следует придерживаться следующих принципов: не рискуй больше, чем может позволить собственный капитал; думай о последствиях, идя на риск; соизмеряй размер возможного риска и результата.

При оценке риска учитывают отклонения, как в сторону сокращения доходов, так и в сторону их повышения. Конкретные оценки риска всегда носят субъективный характер и представляют собой некоторую меру распределения будущих доходов, определяемую с учетом субъективных вероятностей.

Оценка предпринимательских рисков важна для всех участников сделки, что требует своевременного выявления и предложения соответствующих рекомендаций по смягчению неблагоприятных внутренних и внешних воздействий, обеспечивая тем самым безопасность участникам сделки.

Литература/источники:

1. Александрова О.Б. Системный подход в управлении рисками в лизинговом секторе национальной экономики. // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Выпуск №2 (21) март – апрель 2014.

2. Кучарина Е.А. Инвестиционный анализ.– СПб.: Питер, 2007.–160 с.

3. Шапкин А.С., Шапкин В.А. Теория риска и моделирование рискованных ситуаций: Учебник. – М.: Дашков и К, 2005. – 880с.

Беневоленская Ксения Олеговна,
студентка 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань

Ksi_benevolenskai_99@mail.ru

Пудовкина Ольга Евгеньевна,
научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань

olechkasgeu@mail.ru

К ВОПРОСУ ОБ ИНТЕГРИРОВАННОМ ЛОГИСТИЧЕСКОМ КОМПЛЕКСЕ

Аннотация. В статье указаны основные задачи логистической деятельности. Сформированы элементы интегрированной логистики, позволяющие получить эффективный результат работы. Выделены ключевые компоненты создания логистической инфраструктуры организации.

Ключевые слова: логистика, инфраструктура организации.

Одной из задач логистики является организация процессов распределения товаров от первоначальных поставщиков до конечных получателей с достижением оптимального сочетания таких характеристик, как цена, время и качество. В классической монографии Доналда Дж. Бауэрсокса и Дейвида Дж. Клосса «Логистика: интегрированная цепь поставок» логистика определяется как «одна из сфер компетентности делового предприятия, вносящих вклад в универсальный процесс создания потребительной стоимости». В то же время, цель логистики как комплекса действий – доставить материальные активы в нужное место, в нужное время, с нужными выгодами и с минимальными общими затратами (рис. 1).

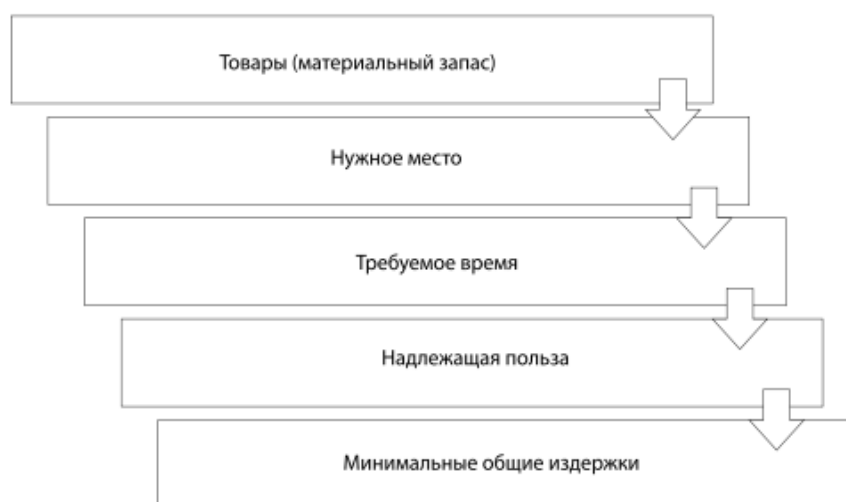


Рис. 1. Цель логистики

Концепция интеграции действий устанавливает целую методологию логистики. Когда логистические операции в значительной степени интегрированы и образуют ключевую сферу компетентности, они служат источником стратегических преимуществ для предприятия.

Системная интеграция характеризуется мультипликативным (синергическим) результатом. Уверенность в том, что интеграция всей системы обеспечивает намного более выдающиеся результаты деятельности, нежели разрозненное управление отдельными функциями, составляет основополагающую парадигму логистики.

Логистику установлено демонстрировать равно как совокупность 5 основных компетенций (сфер деятельности):

- 1) формирование логистической инфраструктуры;
- 2) информационный обмен;
- 3) транспортировка;
- 4) управление запасами;
- 5) ведение складского хозяйства, грузопереработка и упаковка (рис. 2).

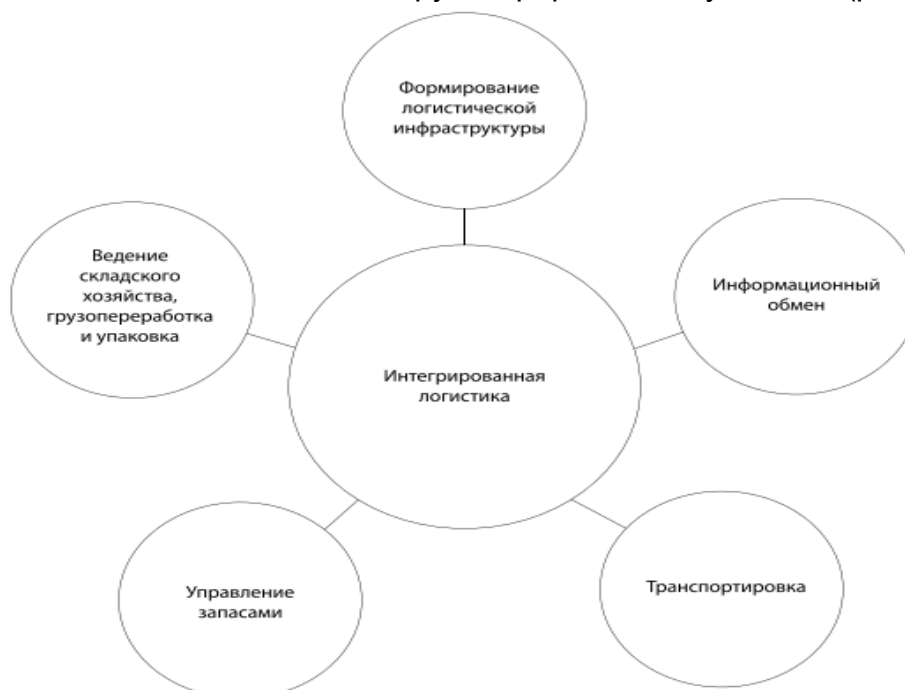


Рис.2. Элементы интегрированной логистики

В рыночной экономике основные функции назначаются различным операторам, обладающим стратегическими возможностями в своих областях. Их взаимодействие генерирует большое количество транзакций, дублирующих или взаимоисключающих транзакций, которые требуют значительных ресурсов. Освобождение этих ресурсов является целью интеграции.

Существуют различные типы интеграции хозяйствующих субъектов, но все они связаны с общими стратегическими целями, обменом информацией и координацией деятельности (рис. 3).

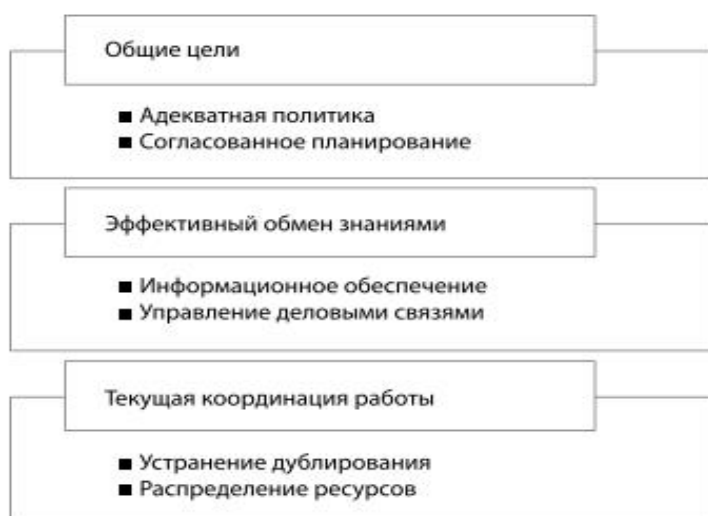


Рис.3. Принципы системной интеграции

Под логистической инфраструктурой понимается среда, обеспечивающая логистическую деятельность. В общем случае это компании-поставщики и компании-потребители, складские комплексы или логистические центры, терминалы для приема и отправки товаров, магазины, торгующие товарами, транспортные средства для обработки грузов, информационная поддержка и комплексная логистическая поддержка. (рис. 4).



Рис. 4. Состав логистической инфраструктуры

Создание логистической инфраструктуры – главное условие эффективной логистики. Для этого необходимо провести тщательный анализ и мониторинг текущей ситуации, а также планирование грузопотоков. Инфраструктура дорогая, и ее отсутствие ведет к огромным потерям. Экономическая целесообразность инфраструктурных проектов должна учитывать не только финансовые потоки от операционной деятельности объектов инфраструктуры, но также необходимость снижения общих транспортных расходов, операционных потерь и временных потерь хозяйствующих субъектов.

Ключевыми задачами в области формирования инфраструктуры являются:

- определение количества инфраструктурных объектов, обеспечивающих требуемую пропускную способность;
- выбор места расположения каждого объекта;
- распределение функциональных обязанностей между объектами, согласование их действий;
- распределение запасов в логистической сети на всех стадиях движения материального потока, обоснование оптимального количества запасов;
- установление мест сбора заказов потребителей. Основная доля затрат при этом приходится на:
 - размещение объектов;
 - обеспечение транспортной составляющей (транспортные расходы);
 - реорганизацию (оптимизацию) инфраструктуры.

Другим важным элементом интегрированного логистического комплекса является обмен информацией. Информационные потоки выполняют функцию коммуникации между участниками логистической системы. Их качество определяет эффективность совместных усилий.

Обмен информацией заключается в оперативном сборе данных, их обработке, накоплении, передаче участникам системы. Он предназначен для обеспечения надежных управленческих решений, скоординированного планирования и эффективного использования информационных технологий.

Следующая составляющая интегрированной логистики – транспортировка – предполагает физическое перемещение материальных ценностей между объектами логистической инфраструктуры.

Транспорт как сфера деятельности характеризуется следующими параметрами:

— метод организации: частный (для внутренних целей), договорный, общий (для внешних потребителей);

— эффективность – возникающие затраты и их масштаб, скорость, бесперебойность доставки;

— затраты – расходы на переезд, инвентарь, управление транспортом;

— качество – сочетание скорости, бесперебойной доставки и сохранности груза.

Деятельность, связанная с транспортом, определяется тремя принципами (аксиомами):

1) расположение объекта определяет транспортные потребности;

2) расходы не ограничиваются только ценой транспорта;

3) неравномерный поток товаров разрушает эффект интеграции транспортных мощностей.

Управление запасами сводится к определению и поддержанию их оптимального уровня в разных элементах логистической системы, что должно минимизировать издержки при оказании услуг.

Интеграция включает в себя организационную и информационную интеграцию организаций на основе совместного планирования и управления аналогичными затратами в рамках поддержки постпроизводственных этапов жизненного цикла продукта с целью увеличения и минимизации общих расходов. Наиболее совершенным механизмом интеграции является синергетическое взаимодействие, которое можно определить как системную интеграцию стратегически значимых объектов, создающих нелинейный мультипликативный эффект.

Эффект синергетического взаимодействия экономических субъектов объясняется действием множества механизмов, среди которых можно выделить:

— сложение когерентных действий при выполнении бизнес-процесса: нелинейность возникает из-за наличия у субъектов уникальных ресурсов и ключевых компетенций;

— отбор лучшей альтернативы: субъект, обладающий наивысшей конкурентоспособностью и компетенциями, с наибольшей вероятностью становится соисполнителем;

— кумулятивный эффект: накопление результатов взаимодействия на каждом промежуточном этапе, усиливаемых положительной обратной связью;

— экономический резонанс: нелинейный рост амплитуды основных экономических параметров системы при циклическом характере функционирования элементов интегрированной бизнес-структуры.

Таким образом, синергическое взаимодействие может осуществляться в разных формах:

— маркетинговое предполагает использование эффекта масштаба, создание единых каналов сбыта, его стимулирование;

— операционное предусматривает достижение эффекта масштаба в области производства, снижение общефирменных постоянных затрат, многофункциональное использование ресурсов;

— финансовое направлено на улучшение условий привлечения капитала, формирование единой системы финансирования, реализацию взаимодополняющих проектов;

— управленческое ведет к координации усилий, объединению ключевых компетенций, минимизации затрат на управление.

Интеграция в логистику является насущной необходимостью. Для достижения интеграции необходима система стратегических центров как на региональном, так и на федеральном уровнях. Одним из подходов к интеграции является создание региональных информационно-аналитических центров, уполномоченных изучать и координировать формирование логистической инфраструктуры.

Литература/источники:

1. Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Пер. с англ. Н. Барышниковой, Б. Пинскера. – М.: ОлимпБизнес, 2015.
2. Николис Г., Пригожин И. Самоорганизация в неравновесных системах. – М.: Мир, 1979.
3. Носов А.Л. Региональная логистика. – М.: Альфа-Пресс, 2017.
4. Транспортная логистика: Учеб. пособ. для вузов / Под общ. ред. Л.Б. Миротина. – М.: Экзамен, 2015.
5. Хакен Г. Синергетика. Иерархия неустойчивостей в самоорганизующихся системах и устройствах / Пер. с англ. Ю. Данилова, Ю. Климонтовича. – М.: Мир, 2014.

Беневоленская Ксения Олеговна,
студентка 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
Ksi_benevolenskai_99@mail.ru

Шарохина Светлана Владимировна
научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Аннотация. В статье автор раскрывается сущность понятия «риск-менеджмент» применительно к процессу управления коммерческим банком. Определяются основные функции риск-менеджмента как со стороны субъекта, так и со стороны объекта управления. Автор делает вывод о том, что коммерческий банк только тогда сможет эффективно управлять своим рисками, когда будет иметь в структуре комплекс функций, которые будут согласованы между собой.

Ключевые слова: риск, риск-менеджмент, субъект управления, объект управления, коммерческий банк, организация, прогнозирование, контроль.

В настоящее время деятельность коммерческих банков становится все более актуальной, они, как правило, составляют одно из основных звеньев современной рыночной экономики. Банки ранее работали как хранилище, но теперь количество транзакций, которые они выполняют, увеличилось. Современное общество можно охарактеризовать как эволюцию банковской системы. Коммерческие банки – это особая категория предприятий, известные как финансовые посредники. Банки привлекают капитал и сбережения, а также другие средства, высвобождаемые в процессе экономической деятельности, предоставляют средства во временное пользование другим экономическим агентам, которые нуждаются в дополнительном капитале. Банки создают новые требования и обязательства, которые становятся товарами на денежном рынке. Коммерческие банки принимают депозиты клиентов и создают новые обязательства – депозит, а при выдаче ссуд предъявляются новые требования к заемщику [1]. Широкая диверсификация операций позволяет банкам удерживать клиентов и оставаться прибыльными в неблагоприятной экономической ситуации.

В современных условиях рыночной экономики в России возрастает значение оценки и управления рисками, которые принимают банки в процессе выполнения каких – либо банковских операций. Управление рисками в деятельности банков и называется риск – менеджментом [2]. В систему управления этими рисками входят приёмы, способы и различные методы работ определённого банка. Это позволяет обеспечить оптимальный финансовый результат, прогнозировать рискованный результат. Для банка

риск представляет собой потенциальный дефицит доходов или снижением рыночной стоимости капитала банка из-за неблагоприятного воздействия внешних или внутренних факторов. Потери от риска могут быть прямыми (потеря дохода или капитала) или косвенными (наложения ограничения на способность достигать бизнес-целей). Эти ограничения препятствуют способности банка осуществлять свою текущую деятельность или использовать возможности для расширения деятельности.

Риск с экономической точки зрения рассматривается как предсказуемый процесс. В управлении банком управленцу необходимо учитывать экономическую, политическую ситуацию, конъюнктуру рынка, чтобы иметь информационную базу для принятия решений. Так же необходимо учитывать все риски и возможности их предотвратить.

Под стратегией управления понимаются направление и способ использования средств для достижения поставленной цели [3]. Реализации стратегии способствует определенный набор правил и ограничений для принятия решения. Стратегия позволяет сконцентрировать усилия на вариантах решения, не противоречащих принятой стратегии, отбросив все другие варианты. После достижения поставленной цели стратегия, как направление и средство её достижения, прекращает свое существование. Новые цели ставят задачу разработки новой стратегии.

Тактика – это особые приемы и методы достижения цели в определенных условиях. Задачей тактики управления является выбор оптимального решения и наиболее подходящих методов и приемов управления в данной ситуации.

Риск-менеджмент как система управления состоит из двух подсистем: управляемой подсистемы (объекта) и управляющей подсистемы (субъекта) [4].

Объектом управления в риск-менеджменте является риск, рискованное вложение капитала и экономические отношения между субъектами хозяйствования в процессе реализации риска. Эти экономические отношения включают отношения между страхователем и страховщиком, заемщиком и кредитором, между предпринимателями.

Субъектом управления в риск-менеджменте является особая группа людей, которая с помощью различных методов и приемов управленческого воздействия осуществляет преднамеренное функционирование объекта управления.

Различают два типа функций риск-менеджмента – это функции объекта управления и функции субъекта управления.

Функция объекта управления организационная, которая выражается через разрешение риска; рискованные вложения капитала; работу по понижению величины риска; процесс страхования рисков; экономических отношений и связей между субъектами хозяйственного процесса.

Функции субъекта управления: прогнозирование, организация, регулирование, координация, стимулирование, контроль.

Прогнозирование в риск-менеджменте представляет собой разработку дальнейших перспектив развития, изменения финансового состояния объекта. Особенность прогнозирования заключается в том, что эта функция является альтернативной, что определяется построением прогнозов и формулированием параметров. В прогнозировании динамики риска могут учитываться нынешние показатели, а также изменения, которые могут возникнуть неожиданно. Для прогнозирования используются методы математического прогнозирования и моделирования.

Организация в риск-менеджменте – это некая группа людей, которые непосредственно и ведут программу рискованного вложения капитала на основании определенных правил и процедур.

Регулирование – это воздействие на объект управления. Регулирование непосредственно охватывает совершающиеся мероприятия по установлению отклонений.

Координация – согласованность всех частей и звеньев системы управления рисками: объекта управления, субъекта управления и отдельных работников.

Стимулирование – это непосредственное стремление к тому, чтобы финансовые менеджеры были заинтересованы в результатах совместного и своего труда.

Контроль – проверка организации работы по степени снижения рисками. Посредством контроля собирается информация о степени выполнения намеченной программы действия, доходности рискованных вложений капитала, соотношении прибыли и риска. На основании полученной информации вносятся изменения в финансовые программы, организацию финансовой работы, организацию риск-менеджмента.

Для коммерческого банка риск – это вероятность неполучения прибыли из-за каких-то внутренних или внешних факторов. Управление рисками очень динамично. Эффективность управления во многом зависит от скорости реакции на изменения рыночной конъюнктуры, экономической ситуации и финансового положения объекта контроля [5]. Поэтому управление риск-менеджментом должно основываться на знании стандартных методов управления рисками, умении быстро и правильно оценить конкурентную экономическую ситуацию, умении быстро найти хороший, если не единственный выход из этой ситуации.

Подход к управлению банком играет значительную роль в характеристике рисков. К функциям управления рисками банка принято относить: определение склонности к риску; контроль за результатами деятельности; управление риском по основным направлениям уставной деятельности; оценкам результатов деятельности.

Процессы планирования и контроля рисков тесно взаимосвязаны между собой, так как для их реализации необходимо проводить анализ в целях получения достоверной информации о рисках и определении возможности минимизации этих рисков.

Таким образом, коммерческий банк только тогда сможет эффективно управлять своими рисками, когда будет иметь в структуре комплекс функций, которые будут согласованы между собой. Каждый банк самостоятельно организует свой комплекс функций и устанавливает приоритеты для управления ими. Банки так же выстраивают свою стратегию и организацию управления рисками.

Литература/источники:

1. Гасанова М.М. Роль коммерческих банков в современной экономике и перспективы его развития // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т.2. –С. 131–135. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2016/46028.ht> (Дата обращения: 17.03.2020).
2. Джаксыбекова Г.Н., Нургалиева А.М. Банковский риск-менеджмент // Universum: экономика и юриспруденция. – 2015. – № 3(4). . [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/bankovskiy-risk-menedzhment/viewer> (Дата обращения: 17.03.2020).
3. Силпагар Э.Ю. Стратегическое управление в коммерческом банке и связанные с ним риски // Научные записки молодых исследователей . – 2016. – № 3. С.59 – 64.
4. Вяткин В.Н. Риск-менеджмент: Учебник / В.Н. Вяткин, В.А. Гамза, Ф.В. Маевский. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 353 с.
5. Шаталова Е.П. Банковские рейтинги в системе риск-менеджмента: процедуры мониторинга кредитных рейтингов / Е.П. Шаталова. – М.: Русайнс, 2017. – 352 с.

Бобков Егор Олегович,
студент 2 курса, специальность
«Информационная безопасность телекоммуникационных систем»
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики»,
г. Самара
warlockdestr@mail.ru

Стефанова Наталья Александровна,
научный руководитель, к.э.н., доцент,
заместитель заведующего кафедрой «Цифровая экономика»
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики»,
г. Самара
stefna@yandex.ru

КОРРУПЦИЯ КАК ФАКТОР, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ РЕГИОНА

Аннотация. *Статья посвящена исследованию проблемы распространенности коррупционных практик и борьбы с коррупцией в РФ и в отдельно взятом регионе. Приведены результаты социологического опроса с целью изучения отношения респондентов к антикоррупционной деятельности местных органов власти, на основе чего предложены меры по борьбе с коррупцией.*

Ключевые слова: *коррупция, антикоррупционные меры, социологический опрос, органы власти.*

Актуальность проблемы обусловлена тем, что коррупция является многоуровневым, системным исторически сложившимся многоаспектным социальным явлением, органически интегрирующем в себе экономическую, юридическую, социальную, управленческую, этическую и политическую составляющие, проникая во все сферы жизнедеятельности общества и затрагивая интересы всех его элементов: граждан, бизнеса, государства в целом. Данное явление поражает экономику и политику, социальную и культурную сферы, образуя раскол в обществе и подрывая стабильность и суверенитет государства. Осмысление серьезности данной проблемы происходит благодаря развернутым научным, политическим и общественным дискуссиям, в которых активно участвуют средства массовой информации, политические институты, неправительственные организации и экспертное сообщество [1]. Проблема коррупции является «горячей» темой для электронных, печатных и сетевых средств массовой информации. Как эксперты, так и граждане единодушно приходят к выводу, что, не испытывая должного сопротивления, коррупция служит серьезным барьером, препятствующим социально-экономической и политической модернизации России и определяющим векторы развития страны [1]. Вышеизложенное показывает, что тема является весьма актуальной. По результатам социологических опросов населения можно судить о состоянии коррупционной ситуации через призму изучения степени распространения и специфики коррупционных практик в регионе.

Цель исследования: изучение отношения граждан к антикоррупционной деятельности местных органов власти, сравнение субъективного восприятия степени распространения коррупции в отдельно взятом населенном пункте и России в целом, а также степени информированности о мероприятиях по антикоррупционной политике в СМИ. Исследование проводилось на территории одного из муниципальных образований Самарской области в 2019 году по квотной выборке в соответствии с гендерной, возрастной, образовательной структурами городского населения; пропорционально

численности населения в основных микрорайонах города. В исследовании приняли участие: мужчины – 43,0%; женщины – 57,0%. В массив опрошенных вошли представители всех основных социально-профессиональных групп в соотношении: пенсионеры, инвалиды – 9,0%; студенты, учащиеся – 9,5%; квалифицированные рабочие – 14,4%; неквалифицированные рабочие – 3,9%; служащие-неспециалисты – 11,0%; специалисты производственной сферы – 13,3%; специалисты непромышленной сферы – 14,1%; руководители – 7,0%; предприниматели – 5,4%; безработные – 5,8%; домохозяйки – 6,5%. Выборочная совокупность по основным социально-демографическим показателям соответствует реальной структуре взрослого городского населения, что позволяет считать проведенное исследование репрезентативным, а полученные данные достоверными.

Индикатором коррупционных рисков выступает показатель наличия факторов, которые могут способствовать возникновению коррупционных ситуаций. Обращение граждан в различные инстанции, государственные и муниципальные организации для решения проблемных вопросов, является одним из возможных факторов [2]. Следовательно, частота обращений горожан к должностным лицам выступает в качестве одного из показателей возникновения коррупционной ситуации. В данном случае учитывается общая доля горожан, вынужденных решать свои проблемы в различных инстанциях, а также то, с какой периодичностью происходят подобные обращения. Периодичность определяется по времени последнего обращения.

По результатам социологического опроса 2019 года и сравнительного анализа результатов исследований за период с 2015 г. по 2018 г. нами были получены следующие данные. Среди опрошенных жителей обращались к должностным лицам в течение последнего года 63,5% (73,4% – в исследовании 2018г., 61,7%– в исследовании 2017г., 66,3% –2016 г., 68,9%–в 2015 г.). Более года назад обращались в какие-либо инстанции 36,4% (26,6% – в 2018 г.; 38,3 % – в 2017 г.; 24,2 % – в 2016 г.; 31,1 % – в 2015 г.). Более чем каждый третий – 26,9% (37,0% – 2018 г.; 22,7 % – в 2017 г.; 27,1 % – в 2016 г.; 28,8 % – в 2015 г.) [4] опрошенный вынужден был решать свои проблемы через обращение к должностным лицам в течение последнего месяца. Среди тех, кто обращался с решением различных проблем в муниципальные и государственные организации и учреждения, преобладают горожане в возрасте от 40 лет и старше (почти каждый второй из опрошенных): квалифицированные рабочие, служащие, специалисты производственной и непромышленной сферы. В исследовании 2019 г. по сравнению с предыдущими периодами отмечается незначительное повышение частоты обращения граждан к должностным лицам по отдельным временным интервалам (см.: диагр. 1).

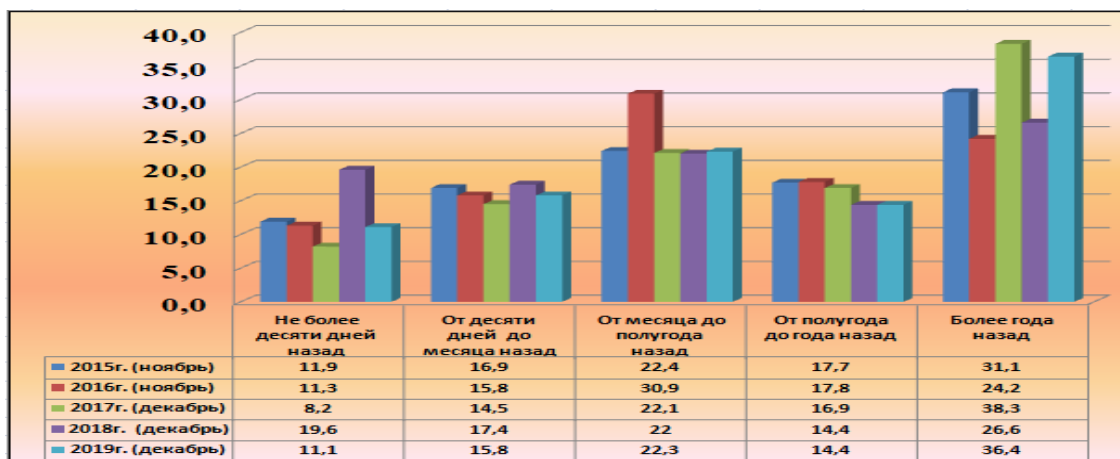


Диаграмма 1. Сравнительный анализ частоты обращений горожан к должностным лицам по периодам исследований

Из диаграммы 1 видно, что наибольшие различия в частоте обращений связаны с исследованием ноября 2016 г. По сравнению с прошлым (2018-м) годом значение частоты обращений в основном повысилось по значимой позиции обращения "более года назад" на 9,8%; обращения "от полугода до года назад" и "от месяца до полугода" в основном не изменились (разница 0% и 0,3% соответственно); наблюдается понижение частоты обращений "не более 10 дней назад" на 8,5% и "от 10 дней до месяца назад" на 1,6%.

В исследовании использовали среднестатистические значения различных показателей. Они дают возможность сравнивать коррупционные процессы, используя пространственно-временные параметры, определять основные тенденции в их развитии. На основе расчета средних значений были получены следующие показатели частоты обращений горожан к должностным лицам (в сравнении с предыдущими исследованиями) [4]:

- среднее число обращений в год – 6,1 раза (7,0 раза – декабрь 2018 г., 5,3 раза – декабрь 2017г.; 6,7 раза – ноябрь 2016г.; 7,0 раза – ноябрь 2015 г.);
- средний интервал обращений – один раз в 58 дней (46 дней – декабрь 2018 г., 69 дней – декабрь 2017 г.; 54 дня – в 2016 г., 52 дня – в 2015 г.).

Тем самым за период, прошедший с декабря 2018 г. по декабрь 2019 г., среднее число и средний интервал обращений горожан к должностным лицам снизился в 0,9 раз. Тенденция снижения частоты обращений к должностным лицам отмечалась и в предыдущих исследованиях, что является положительным показателем, поскольку снижение обращений граждан к должностным лицам выступает детерминирующим фактором потенциального уменьшения коррупционных рисков.

Насколько отличается, по мнению опрошенных, коррупционная ситуация в городе от ситуации в целом по стране. Большинство респондентов (63,5%) считают, что «коррупционная ситуация в нашем городе такая же, как в среднем по России». 24,0% респондентов предполагают, что уровень коррупции у нас ниже, чем в среднем по России. Считают, что показатели коррупционности в городе выше среднероссийских значений, 12,5% опрошенных горожан. Данное соотношение можно расценить как позитивное, по сравнению с прошлогодним исследованием: лишь 12,5% горожан (+2,5%), считают, что уровень коррупции в нашем городе выше, чем в среднем по России. Общая доля горожан, оценивающих коррупционную ситуацию в городе, по сравнению с общероссийской, как более благополучную, либо аналогичную, составила 63,5%, что на 2,3% выше, чем в прошлом году (в 2018 г. – 61,2 %). Практически по всем социально-демографическим группам отмечается совпадение позиций в ответах на данный вопрос. 21,4 % респондентов в возрасте до 30 лет, квалифицированные рабочие (16,2%) считают, что уровень коррупции в городе выше общероссийских значений. Более негативно оценивают коррупционную ситуацию в городе безработные 34,7%.

Мнение горожан по поводу информирования о мероприятиях по антикоррупционной политике, освещаемой в СМИ, позитивное. Большинство респондентов (64,1%) считают, что информация предоставляется в необходимом объеме; 18,6% считают, что информации достаточно, но она не освещает всех аспектов; 9,3% придерживаются мнения, что информации недостаточно; затрудняются ответить лишь немногие (8,0%).

На вопрос о мерах по борьбе с коррупцией респонденты дали разнообразные ответы. Однако большая тональность ответов характеризуется ожиданием применения к коррупционерам жестких мер. Отказались либо затруднились ответить на вопрос: «Какие способы борьбы с коррупцией, по Вашему мнению, могут быть самыми эффективными» 14,0% респондентов (23,5% – в 2018 г., 21,5 % – в 2017 г. 17,9 % – в 2016 г.; 17,5 % – в 2015 г.) [4].

Откровенно пессимистическую позицию («Ничего нельзя сделать»; «Нет хороших способов»; «Бесполезно»; «Как было, так и будет») в исследовании 2019 г. заняли 10,0% (3,5% – 2018 г.; 3,8 % – 2017г.; 3,0 % – 2016 г.; 3,8 % – в 2015 г.) опрошенных

[4]. Увеличился процент респондентов, которых «Все устраивает» на 6,3%. Ответы остальных горожан представлены в табл.1.

Таблица 1 – Предложения горожан по усилению эффективности борьбы с коррупцией, в %

Ранг (2018 г)	Наиболее эффективные способы борьбы с коррупцией	2019 г.	2018 г.	Динамика в %
1 (6)	увольнение, отстранение от должности, запрет на возврат чиновника на гос. службу	12,6	4,2	8,4
2 (8)	улучшение работы полиции (база данных наличия дел участников по коррупции, рассмотрение нарушений следственными органами, немедленное сообщение в полицию)	10,7	3,6	7,1
3 (1)	ужесточение наказаний (смертная казнь, электрический стул и т.д.)	8,6	26,0	-17,4
4 (2)	уголовная ответственность (лишение свободы, лишение чиновников неприкосновенности)	8,4	7,5	0,9
5 (3)	штрафы (штрафы до 1 млн. руб.)	6,0	5,8	0,2
6 (11)	конфискация нажитого имущества	4,6	3,0	1,6
7 (7)	повышение заработной платы	3,4	3,8	-0,4
8 (4)	контроль на гос. уровне	3,3	5,6	-2,3
9 (10)	не давать взятки	2,8	3,2	-0,5
10 (12)	социальные работы, профилактические работы	2,6	1,0	1,6
11 (5)	публикации о взятках в СМИ, оповещение граждан	2,4	4,7	-2,3
12 (9)	уменьшение бюрократии	2,3	3,5	-1,2
13 (12)	принятие более эффективных законов	1,0	3,0	-2,0
	затрудняюсь ответить	14,0	23,5	-9,5
	таких мер нет (коррупция не искоренима)	10,0	3,5	6,5
	все устраивает	7,3	1,0	6,3

Относительное большинство высказанных предложений (суммарно 27,6%) связано с усилением борьбы с коррупцией, а именно с ужесточением наказаний, применяемых к коррупционерам, в том числе: реальное лишение свободы, увеличение штрафов, конфискация имущества, включая родственников и др. В предыдущих исследованиях (2018 г. – 46,5%) [4] доля респондентов, настроенных на ужесточение наказания, в целом была выше. Так, в 2016 г. она составляла 51,3 %; в 2015 г. – 49,3%. Тем самым, по сравнению с прошлогодним исследованием доля горожан, выбирающих данную позицию, снизилась на 18,9%. Уменьшилась доля горожан, предлагающих применять к коррупционерам высшую меру наказания (- 17,4%). Значительная часть предложений горожан касается власти чиновников. Респонденты, предлагают усилить контроль за чиновниками, в том числе контроль за их доходами, увольнять, снимать с должности. Суммарно доля подобных предложений составила в 2019 г. 15,9% (15,6% – в 2018 г.; 21,7 % – в 2017 г.; 26,0 % – в 2016 г.; 25,2 % – в 2015 г.) [4]. Незначительное увеличение подобных предложений в исследовании 2019 г. произошло, в основном, за счет увеличения числа респондентов, предлагающих увольнять коррупционеров. При этом сократилась (с 5,6% до 3,3%) доля опрошенных, требующих усилить общий контроль за чиновниками, в том числе с помощью общества (- 2,3%). Такая тенденция прослеживается и в предыдущих исследованиях.

Снизилась доля респондентов, которая связывает усиление борьбы с коррупцией с повышением гласности, публичности, освещением фактов коррупции и взяточничества в СМИ 2,4% (4,7 % – в 2018 г.; 2,4 % – в 2017 г.; 3,2 % – в 2016 г.; в 2015 г. – 4,2 %); принятием более эффективных законов 1,0% (3,0% – 2018 г.; 6,8 % – в 2017 г.; 8,5 % – в 2016 г.) [4].

Однако предложения, связанные с улучшением работы полиции по борьбе с коррупцией, нашли в 2019 г. больше приверженцев 10,7% (динамика 7,1%). Произошло снижение доли респондентов по предложениям, связанным с бюрократическими издержками, на 1,2%. Доля респондентов «за» профилактические работы увеличилась на 1,6%.

Исчезли такие предложения: организовать постоянное слежение (с помощью видеокамер), более тщательно проводить отбор управленческих кадров, используя различные методы, вплоть до детектора «лжи», независимую экспертизу, заниматься обучением, воспитанием молодежи и общества, смена власти, в том числе и в нашем городе, активнее вовлекать граждан на борьбу с коррупцией; повышать уровень гражданского сознания, правовую культуру населения.

Коррупционное действие представляет собой двустороннее отношение и это, по мнению некоторой части опрошенных, должно приводить к двусторонней ответственности [3]. Поэтому, они считают, что взяточничество можно побороть, если просто не давать взятки (динамика практически не наблюдается – 0,5%). В исследовании 2019 года остается спокойный тон высказываний, без ярких противоречий, наблюдается стабильно снижение агрессивности в отношении к власти, усиление позиций, связанных с повышением роли общества и правоохранительных органов (база данных наличия дел участников по коррупции, рассмотрение нарушений следственными органами, немедленное сообщение в полицию) в борьбе с коррупцией, в том числе через личное отношение к взяткам (не давать взятки самим) и более активное участие в антикоррупционных акциях.

На основе результатов социологического исследования нами были разработаны предложения по антикоррупционным мерам:

1. Учитывая высокий уровень обращений граждан в различные инстанции, необходимо в большей степени уделять внимание регламенту и содержанию их работы. Режим работы должностных лиц (лиц, от которых зависит принятие конкретного решения) должен быть удобен для большинства граждан [4]. Порядок и условия принятия решения должны быть известны и понятны для основной части граждан. Для этого необходимо активнее использовать городские информационные ресурсы (печатные и электронные, в том числе Интернет-сайты). Необходимо продолжить применение таких практик, как: «вопрос-ответное» взаимодействие граждан и руководителей (специалистов) по наиболее острым проблемам (медицина, образование, ЖКХ, трудоустройство, полиция и др.) на страницах городских газет, телевизионных передач, городских сайтах; более активное использование «открытых линий» и т.п.

2. Сферы и ситуации с наибольшим коррупционным риском должны быть под более пристальным вниманием, с одной стороны, муниципальной власти и правоохранительных органов, а с другой стороны, общественности и СМИ. В качестве форм и способов контроля возможно наиболее активное информирование населения о случаях взяточничества (с указанием конкретных организаций и имен), использование «телефона доверия».

3. Работа по снижению уровня коррупционного спроса (готовности граждан давать взятки) возможна по двум основным каналам [5]. С одной стороны, через более глубокое изучение причин коррупционного поведения. Это даст возможность более точно определить мотивацию взяткодателей, вынужденность или добровольность коррупционного случая.

Резюмируя вышеизложенное, можно заключить, что коррупциогенные проявления на среднем и низовом уровнях управления, связанные с постоянным и непосредственным взаимодействием представителей власти и граждан, можно рассматривать в различных аспектах, что говорит о крупномасштабности и разноплановости сетей коррупции. Именно на данном уровне граждане часто сталкиваются с большим количеством искусственных формальных препятствий, потому что проще заплатить требуемую сумму за получение услуги, чем бороться с коррумпированным служащим.

Общественное сознание современного российского общества в оценке коррупции характеризуется размытостью, наличием часто противоположных мнений. И всё же для большинства россиян коррупция – это пагубное социальное явление, которое, если с ним не бороться, может, сделать жизнь в обществе невыносимой. Начиная с 2008 г. в стране ведется системная работа, направленная на снижение уровня коррупционности. Одним из эффективных элементов этой деятельности выступают опросы общественного мнения, которые дают возможность измерять субъективное восприятие остроты и степени распространенности коррупционных практик, динамику изменения коррупционности, степень удовлетворенности населения борьбой с коррупцией в стране и отдельных территориальных образованиях.

Литература/источники:

1. Деменко О.Г. Коррупция как глобальная управленческая проблема // Наука и практика. 2016. № 1. С. 109-112.
2. Поляков М.М. Коррупционные административные правонарушения: понятие, виды и содержание // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. 2015. № 8. С. 209.
3. Татаров Л.А. Административные правонарушения коррупционной направленности. Вопросы теории и практики // Закон и право. 2016. № 4. С. 92-94.
4. Ежегодный отчет Главы г.о. Сызрань об антикоррупционной деятельности Администрации г.о. Сызрань за 2018 год. Дата обращения: 27.11.2019г. http://adm.syzran.ru/fileadmin/user_upload/Fotogalerei/ezhegodnyi_otchet_po_protivodeis_tviju_korruptcii_za_2018_god.pdf
5. Муниципальная программа «Противодействие коррупции в г.о. Сызрань на 2014-2020годы». Дата обращения: 27.11.2019г. <http://adm.syzran.ru/index.php?id=463>

Голыгина Дарья Дмитриевна,
студентка 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
dasha.golygina@mail.ru

Шарохина Светлана Владимировна,
научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация. В статье представлена трактовка понятия «экономическая эффективность предприятия» с различных позиций. Утверждается, что эффективность является результатом использования лишь воспроизводимых материальных ресурсов производства, ибо только воспроизводимые ресурсы, представляют собой материализованный труд. Делается вывод о том, что экономическая эффективность отражает производственно-экономическую и социально-экономическую эффективность.

Ключевые слова: эффект, эффективность, предприятие, результат, эффективность предприятия, производительность труда, производственные затраты, хозяйственная деятельность.

В условиях развития современной экономики и рынка, характеризуемого высоким уровнем неопределенности, ожесточения конкурентной борьбы и увеличения количества всевозможных предпринимательских рисков, важно иметь набор инструмен-

тов, которые позволяли бы наиболее объективно оценивать деятельность предприятия в краткосрочном и долгосрочном периоде. Исходя из этого видно, что проблема обеспечения экономической эффективности предприятия является ключевой для любого хозяйствующего субъекта, она отражает результативность его деятельности во всем комплексе и взаимодействии ее элементов и направлений [4].

Следует заметить, что проблема экономической эффективности производства решается на всех уровнях экономики, от общества в целом и до отдельных подразделений предприятий. Также проблема оценки эффективности предприятия до сих пор остается одной из самых сложных и трудноразрешимых. Повышение экономической эффективности является одной из наиболее актуальных проблем экономики и необходимым условием успешной, долгосрочной деятельности предприятия [6].

Прежде чем переходить к определению экономической эффективности предприятия, ее критериев и показателей, следует выяснить, в чем же отличается эффективность от экономического эффекта.

Экономический эффект – это абсолютная величина, показывающая достигаемый результат от проведения специальных мероприятий, направленных на совершенствование отдельных или общих показателей хозяйственной деятельности предприятия.

Главной целью любого коммерческого предприятия независимо от специализации является получение высокого и стабильного дохода, за счет повышения производительности труда и сокращения издержек. В наиболее общем виде экономическая эффективность производства представляет собой соотношение двух величин – результатов хозяйственной деятельности и производственных затрат, на основе которых можно судить об эффективности деятельности предприятия в целом [10].

Несмотря на то, что получение прибыли является главной целью всех предприятий, это не означает, что остальные задачи не важны. Достижение всех целей должно быть предусмотрено решением соответствующих задач в краткосрочном и долгосрочном периоде. При этом нужно учитывать, что остальные цели будут реализованы, если предприятие будет получать стабильную прибыль от своей хозяйственной деятельности. Ведь за счет стабильного дохода будут формироваться пути для развития предприятия. Вышесказанное позволяет раскрыть понятия трех разных видов экономической эффективности [2].

Эффективность хозяйственной деятельности организации можно определить полученными результатами, которые отражают достижение поставленных задач и целей, и успехом на рынке среди конкурентов, отраженных в виде объема реализованной продукции и затраченных ресурсов.

Эффективность использования отдельных видов ресурсов характеризуется соотношением объема выпуска продукции или прибыли от хозяйственно-финансовой деятельности с соответствующей величиной ресурсов. Так, конечные результаты деятельности предприятия представляют собой объем выпуска или объем реализованной продукции – прибыль.

Эффективное производство товаров и услуг состоит в использовании минимального количества сырья для производства запланированного объема продукции. Этого можно добиться путем снижения количества бракованных изделий, повышением уровня технологий и квалификации работников, что в конечном итоге приведет к снижению расходов и себестоимости на единицу продукции.

В рамках классической политической школы многие ученые занимались проблемой эффективности [8]. Основным выводом представителей этого направления состоит в утверждении того, что для частных предприятий, направленных на получение прибыли, использование всех имеющихся в распоряжении ресурсов будет способствовать возрастанию качества продукции и будет способствовать все большему удовлетворению актуальных потребностей. Представители неоклассического направления тоже уделяли внимание обозначенной проблеме. Ученые этой школы исследовали

поведение человека, деятельность которого направлена на достижение максимизации получаемых доходов и минимизацию неизбежных затрат [5].

Эффективность, как экономическая категория, выражает экономические отношения по поводу использования ресурсов для производства товаров и услуг с целью удовлетворения личных и общественных потребностей и получения на этой основе прибыли, обеспечивающей нормальное функционирование предприятия в конкурентной среде. Экономическую эффективность предприятия характеризуют финансовые показатели, такие как прибыль или рентабельность. При их расчете необходимо ориентироваться на длительную перспективу развития предприятия, принимая во внимание результаты прошедших периодов. В современных рыночных условиях, делая выводы об экономической эффективности предприятия, следует учитывать, что она должна не только соответствовать запланированному уровню, но быть такой же или большей по сравнению с остальными участниками рынка. Поэтому современному предприятию необходимо внедрить систему, основанную на постоянном проведении процедуры оценки и реализации мероприятий по повышению уровне эффективности деятельности организации. На сегодняшний момент существует множество методов для определения экономической эффективности предприятия.

Наибольшее распространение получила традиционная финансовая модель [1]. Суть этой модели заключается в отстранении от внешнего влияния и оценке экономической эффективности предприятия на основе расчета внутренних показателей деятельности. Основным критерием роста эффективности является повышение прибыли, достигаемое за счет снижения издержек. Анализ состояния предприятия производится на основании данных, полученных в предыдущих периодах, а эффективность будущих периодов напрямую зависит от ранее достигнутых результатов. В рамках этой модели представители различных подходов определяют эффективность предприятия на основе одного показателя либо вычисляют интегральные показатели эффективности, то есть рассматривают целый комплекс экономических параметров. Указанные подходы отличаются по глубине анализа и соответственно применяются для различных целей.

Альтернативами по отношению к приведенной модели выступают стоимостные модели, направленные на определение эффективности действующего предприятия. В данном случае утверждается, что улучшение характеристик эффективности предприятия непосредственно связано с происходящим увеличением его стоимости. Д. Тобин предложил «фактор Q» (коэффициент Тобина), который определяется как отношение рыночной стоимости активов, выраженных в материально-вещественной форме к затратам, использованным на их замещение. Данный коэффициент может быть полезен при определении эффективности вложений в конкретное предприятие. При этом показатель оценки эффективности деятельности предприятий можно рассчитать по формуле (1) [3]:

$$leff = \frac{MV}{PV} - 1, (1)$$

где: MV – рыночная стоимость компании;

PV – восстановительная стоимость активов компании;

MV/PV – коэффициент Тобина (QТобина).

Вместе с тем с применением описанной модели неизбежны сложности, которые связаны с возможностью выделения факторов, характеризующих стоимость, так как берутся в расчет только финансовые показатели, которые нелегко распространить на все уровни данной организации. Развитие стоимостных моделей осуществлялось вместе с совершенствованием процессов, происходящих в системе управления и планирования. В подходах к оценке эффективности предприятия называют такие особенности: актуальность традиционных методов не уменьшается, и они могут использоваться вместе со стоимостными моделями; нецелесообразно использовать несколько

стоимостных показателей одновременно, поскольку система стоимостно – ориентированного управления эффективна при подчинении управленческих решения одной цели, связываемой с повышением единого стоимостного показателя [9].

Экономическая эффективность производства отражается в уровне производительности труда. Кроме того, экономическая эффективность отражает, с одной стороны воспроизводство материально-технической базы, то есть производственно-экономическую эффективность, а с другой социально-экономическую эффективность, выражающуюся в качестве жизни.

Эффективность есть результативность использования лишь воспроизводимых материальных ресурсов производства, ибо только воспроизводимые ресурсы, представляя собой материализованный труд [7]. Если же использование естественных ресурсов производства, не сопряжено и с затратами труда, то нельзя говорить об их эффективности. Редкость того или иного естественного ресурса сама по себе не может быть причиной изменения эффективности. Распределение ресурсов в сфере общественного производства является эффективным, если невозможно перераспределить совокупный объем производства любого блага между фирмами так, чтобы снизить совокупные общеотраслевые издержки производства данного блага.

Литература/источники:

1. Алимжанова А.С. Методы и модели оценки эффективности деятельности предприятия // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – № 5. С. 47-49.
2. Боргардт Е.А. Современные подходы к классификации резервов повышения эффективности деятельности предприятия // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2017. Т. 6. – № 1 (18). С. 130-134.
3. Гуркина С.М. Использование ключевых показателей эффективности деятельности предприятий // Вестник науки и образования. – 2017. – № 1 (25). С. 45-47.
4. Зайончик Л.Л. Повышение экономической эффективности деятельности предприятия на основе анализа хозяйственной деятельности // Научно-аналитический экономический журнал. – 2017. – № 6 (17). С. 2 -4.
5. Коган А.Б. Теоретические аспекты эффективности экономических систем // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2016. – № 8. С. 45 – 55.
6. Коршунова Д.А. Проблема оценки эффективности деятельности // Nauka-Rastudent.ru. – 2017. – № 1. С. 8.
7. Лычковская М.Д. Оценка эффективности деятельности предприятий и разработка мероприятий по ее улучшению // Научно-практические исследования. – 2017. – № 9 (9). С. 69-72.
8. Пургина Е.А. Показатели эффективности деятельности предприятия // Молодежь и наука. – 2014. – № 1. С. 87 -91.
9. Шоль В.В. Методы и показатели оценки экономической эффективности деятельности предприятия // электронный научный журнал. – 2016. – № 10 (3 – 13). с. 223 – 226.
10. Семеняк А.Ф. Теоретические основы анализа эффективности деятельности коммерческой организации // Аллея науки. – 2017. Т. 4. – № 10. С. 299-301.

Голыгина Дарья Дмитриевна,
студентка 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
dasha.golygina@mail.ru

Пудовкина Ольга Евгеньевна,
научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olechkasgeu@mail.ru

«МЫСЛЯЩАЯ» ОРГАНИЗАЦИЯ

Аннотация. В статье рассмотрена когнитивная модель Бернарда Лонергана, необходимая для решения современных бизнес-задач в организации. Разработана модель мышления, способная помочь менеджерам любого уровня принимать более эффективные решения. Доказано, что эффективность работы достигается благодаря эффективности мышления и что люди и организации выигрывают от наличия общего когнитивного метода, позволяющего преодолевать ограничения внутренних ментальных моделей.

Ключевые слова: познание, принятие решений, мышление, суждение, организация.

Существует множество книг по бизнес-стратегии, менеджменту и лидерству, однако только в некоторых из них рассматривается мышление и предлагается его модель, эффективная в условиях изменчивого темпа, в котором работают предприятия.

Способность классифицировать полученные сведения, понимать их и формировать на их основе правильные суждения – это критически важные бизнес-навыки, которые прямо влияют на то, какие решения принимаются в организации. Многие компании фокусируются на действиях, выполнении работы и достижении цели и не уделяют необходимого внимания лежащим в их основе мыслительным процессам, которые предшествуют выполнению работы. Как известно, эффективное мышление способствует получению хороших результатов, но существует бесчисленное множество примеров неэффективного мышления, среди которых:

- неправильное инвестирование и распределение ресурсов;
- решения, которые принимаются руководителем самостоятельно, без учета мнения ключевых членов команды;
- приобретения, которые не позволяют реализовывать желаемые выгоды.

Руководителям крупных организаций иногда не хватает аналитического мышления, так необходимого в современном мире. Они принимают решения, основываясь на первом впечатлении, без дальнейшего анализа. После формирования определенных представлений такие лидеры не хотят выслушивать аргументы противников или рассматривать альтернативные точки зрения.

Компании всегда хотят иметь больше данных и результатов анализа, но зачастую оказывается, что никто не готов брать на себя ответственность за принятие решений. Для оценки предполагаемых действий используются непроверенные данные, такие как результаты сопоставительного анализа и практических исследований, что часто приводит к катастрофическим последствиям. Решения принимают, не добившись понимания рассматриваемого явления. Давление неопределенности и сложности приводит к упрощению и неспособности организации выполнять необходимую умственную работу.

Использование достаточно ограниченного набора терминов при обсуждении фактов (которые часто смешиваются с чувственным восприятием или пониманием) и

отсутствие последовательной когнитивной теории не позволяет лидерам привлекать людей, которые являются экспертами в рассматриваемой области или хорошо знают обстоятельства дела.

Два ведущих современных автора – Говард Гарднер и Роджер Мартин – посвятили несколько работ тому, как думают современные бизнес-лидеры. Опираясь на психологию, Гарднер предположил, что человеку нужно владеть пятью типами мышления, чтобы преуспеть в двадцать первом столетии:

1) *дисциплинарный тип мышления*: человек «освоил по крайней мере один способ мышления – способ познания, необходимый для успеха на какой-либо сложной позиции»;

2) *синтезирующий тип мышления*: человек «берет информацию из различных источников, понимает и объективно оценивает ее, а также интегрирует таким образом, чтобы она была значимой для него и для других людей»;

3) *креативный тип мышления*: человек «выдвигает новые идеи, задает новые вопросы, придумывает новые способы мышления, дает неожиданные ответы»;

4) *респектологический тип мышления*: человек «признает различия между людьми и группами и стремится эффективно работать с ними»;

5) *этический тип мышления*: человек «сознает природу своей работы и потребностей и желаний общества, в котором живет» [3].

В этой работе мы представим модель, в которой учитывается каждый из этих типов мышления и которая позволяет развивать их.

Мартин, в свою очередь, пытается понять, как думают лидеры, сталкивающиеся со сложными проблемами. Его теория интегрирующего мышления [4] базируется на интервью с успешными лидерами. Исследователя особенно интересуют ментальные процессы, используемые ими: он говорит, что интегрирующие мыслители способны одновременно удерживать в уме противоположные идеи и создавать новые концепции или подходы, которые или включают обе идеи, или базируются на совершенно новом решении [1].

Когнитивная теория Лонергана содержит метод мышления и получения знания, который может использоваться на любом предприятии и в любой дисциплине. Его подход позволяет объединить пять типов мышления Гарднера, дать философское обоснование работе Мартина и положить начало созданию мыслящей организации. Этот подход может служить эффективной моделью для структурирования мышления и способствовать созданию новых идей при обсуждении политических, коммерческих или личных вопросов, экономики, стратегии, людей, системного мышления или теории хаоса.

Описанная здесь модель может стать основанием для формирования общего подхода к мышлению, как на индивидуальном, так и на организационном уровне. Она представляет собой последовательный способ решения мыслительных задач, с которыми мы сталкиваемся: креативность и инновации, ясность мысли для эффективного принятия решений, разрешение кажущихся сложными проблем, обеспечение честности и правдивости в беседах с лидерами, урегулирование конфликтов и т.д. Этот список бесконечен, но общей отправной точкой является человеческий разум и понимание того, как мы думаем. Признание этого и наличие общего языка, на котором можно говорить о мышлении, позволит нам слушать собеседников и учиться друг у друга, находить новые решения, избегать тупиков и ненужных конфликтов.

Общей характеристикой думающих людей является стремление знать – глубокое внутреннее желание понять наш мир и найти ответы на вопросы, с которыми мы сталкиваемся [1]. Крик Архимеда «эврика» и его импульсивный бег по улице, когда он решил задачу измерения содержания золота в короне короля – вот классический пример силы такого стремления.

Чтобы получать лучшие результаты, корпорации должны принять и развивать культуру непрерывного обучения [4]. Но чтобы стать «обучающейся», организация

сначала должна стать мыслящей. Для этого ей необходимо быть организацией мыслителей, т.к. организационное мышление состоит из мышления отдельных людей.

Культура, в которой мы существуем, будь то культура сообщества, страны или компании, оказывает такое же сильное влияние на мышление, как и ментальные модели. Если в окружении приветствуются открытые вопросы, исследование приносит удовольствие и поощряются беседы, гораздо выше вероятность обнаружить здесь инновации и креативность. В окружении, где подавляются споры и парализуются исследования, почти наверняка будут приниматься плохие решения, а приверженность заинтересованных лиц окажется слабой. Лидеры, упорные в исследовании данных, поощряющие дискуссии и новые идеи, увеличивают открытость, эффективность организации и потенциал для прорывов.

Самые важные организационные вопросы, вероятно, касаются действий. Было написано множество книг о том, как выполнять работу, заставить работать других или делать то, что важно.

В них утверждается, что способность выполнять работу является источником конкурентного преимущества [10]. Ее выполнение связывает людей, стратегию и операции компании [9].

Неэффективное мышление дает плохие результаты. Соответственно, то, как мы думаем на работе, крайне важно для успеха. Многие компании фокусируются на выполнении, однако некоторые не торопятся и задают себе вопрос, как следует думать, поскольку осознают связь качества мышления с качеством работы.

Достигнув результата, люди обычно пересматривают – сознательно или бессознательно – первоначальный процесс мышления, чтобы понять, каким образом получилось то, что получилось. Это происходит потому, что в момент принятия решения мы не фиксируем ожидаемый результат. Только тщательно документируя мыслительный процесс, мы сможем учиться на своем опыте, видеть свои «белые пятна»: необъективность, поспешность или осторожность. Это жизненно важная практика для людей, команд и предприятий.

Все мы задаем множество вопросов и получаем большое удовлетворение, когда находим ответы. Нас объединяют вопросы, которые мы задаем, и разделяют ответы – обычно потому, что нам сложно понять другого человека или других людей. Однако всех нас объединяют стоящие перед нами вопросы и желание находить ответы. В этой статье высказывается предположение, что ответы разделяют нас потому, что не существует общего для всех способа мышления. Возможно, более продуманный подход к интерпретации и пониманию данных об оружии массового поражения и к оценке точности этого понимания после ответа на все возможные важные вопросы способен помочь избежать конфликта, дестабилизации и человеческих страданий.

Сложность окружающего нас мира все возрастает. Усиливаются его неопределенность и парадоксальность. В результате глобализации последствия плохих решений становятся все заметнее. Общество и наша планета уже не могут ждать, пока их правильно поймут. Если мы хотим усовершенствовать свое мышление, время для этого настало.

Влияние когнитивного мифа – чтобы знать что-то, нужно просто посмотреть на это – нельзя недооценивать. Немногие люди или организации в этом быстро меняющемся мире могут позволить себе не торопиться – это те, кто задает достаточное количество вопросов, исследует эти данные и затем проверяет свое представление, чтобы сформировать суждение. Хотя кажется, что времени всегда не хватает, если вы не пожалеете его на то, чтобы задать все важные вопросы и задокументировать процессы принятия решений, вы в конечном итоге получите выгоду. Активный анализ этих процессов является ключом к приобретению знаний о мышлении, его совершенствовании и, в случае с организацией, превращении ее в интеллектуальную.

Прежде чем организация станет эффективной и обучающейся, она должна стать мыслящей, а перед этим – организацией мыслителей. Мы становимся мыслителями, когда понимаем, какие операции выполняет человеческий разум, и в этом случае тщательно продумываем все, что делаем. Пробираясь сквозь проблемы, мешающие развиваться нашей организации и нашему миру, мы можем рассчитывать на хорошие результаты только в том случае, если наше мышление эффективно.

Литература/ Источники:

1. Белов, П. Г. Управление рисками, системный анализ и моделирование. Учебник и практикум. В 2 томах (комплект) / П.Г. Белов. – М.: Юрайт, 2015. – 736 с.
2. Логинов, В. Н. Методы принятия управленческих решений. Учебное пособие / В.Н. Логинов. – М.: КноРус, 2015. – 224 с.
3. Никифорова, Н. А. Управленческий анализ. Учебник / Н.А. Никифорова, В.Н. Тафинцева. – М.: Юрайт, 2016. – 468 с.
4. Системы поддержки принятия решений. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2015. – 496 с
5. Адизес, Ицхак Как преодолеть кризисы менеджмента. Диагностика и решение управленческих проблем / Ицхак Адизес. – М.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2015. – 294 с.
6. Балдин, К. В. Управленческие решения / К.В. Балдин, С.Н. Воробьев, В.Б. Уткин. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 496 с.
7. Басовский, Л. Е. Управление качеством / Л.Е. Басовский, В.Б. Протасьев. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 224 с.
8. Кудрявцев, Е.М. Методы решения организационных задач. Учебник / Е.М. Кудрявцев. – М.: Ассоциация строительных вузов (АСВ), 2015. – 561 с.
9. Чеканский, А. Управленческая экономика. Практика применения / А. Чеканский. – М.: Дело, 2015. – 519 с.
10. Ползунова, Н. Н. Исследование систем управления / Н.Н. Ползунова, В.Н. Краев. – М.: Академический проект, 2017. – 240 с

Гусейнова Альбина Агасафовна,
студентка 3 курса направление «Экономика»
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
albinos2014@ya.ru

Пудовкина Ольга Евгеньевна,
научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olechkasgeu@mail.ru

СИНЕРГЕТИКА БИЗНЕСА – НОВЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ КОУЧ-МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация. В статье рассмотрены принципиально новые подходы в реинжиниринге человеческого ресурса, что позволит вывести сам бизнес на новый уровень. Сформированы ключевые моменты системных звеньев управления бизнесом. Определена суть синергетики бизнеса.

Ключевые слова: коуч-менеджмент, бизнес-консалтинг, тренинги, бизнес-технологий, синергетика бизнеса.

В современных условиях главная проблема – качество подготовки молодых «специалистов», которое все стремительнее отстает от потребностей времени. Необходима новая система бизнес-обучения, способная поддерживать качество профес-

сиональной подготовки без отрыва от производства, с учетом особенностей конкретной бизнес-структуры, с максимальной обратной связью, с возможностью быстрой коррекции, гибкой оплатой и т. д.

Большинству этих требований удовлетворяет полноценный коуч-менеджмент, под которым понимается система сквозного долговременного консультирования всех звеньев бизнес-системы: «самоменеджмент» лидера системы, кадры, ресурсы, конкуренты, клиенты, информация, управление, стратегия, личностный и командный рост и множество других аспектов функционирования. Коуч-тренер становится своего рода «семейным врачом» всей фирмы, квалификация которого позволяет или самостоятельно справиться с проблемой, или подобрать оптимального в данной ситуации специалиста.

Например, бизнесмен, столкнувшийся с проблемой количества или качества человеческого ресурса, пытается решить несколько задач:

1) какую кадровую политику избрать: либо искать готовых специалистов на вакантную должность, что может продлиться довольно долго, либо готовить из тех, что уже есть (без гарантии, что они достигнут необходимого уровня);

2) как оптимально и с максимальной отдачей распределить затраты на обучение персонала (сроки, длительность, регулярность, уровень квалификации обучаемых, их возраст, пол, предыдущий опыт и т. д.);

3) как определить квалификацию обучающей структуры и целесообразность использования именно данной методики и тематики для решения конкретных проблем организации;

4) как и чем оценить реальную отдачу обучения.

Суть управления бизнесом как сложной системой состоит всего из нескольких звеньев.

Первое – это сбор информации об изменениях в окружающей среде и в самой системе. Для этого необходимо овладеть хотя бы основами теории и феноменологии информации, технологиями ее быстрого получения, обработки и обмена, методиками информационного скрининга и фильтрации, принципами информационной безопасности, способами эффективного развития информационных способностей персонала и построения информационной основы организации. Эти важнейшие функции не развивает ни одна образовательная система по одной простой причине – пока практически никто не понимает, что такое информация и как с ней работать. Полноценное обучение на этом уровне должно включать разделы: единая теория поля, структура сознания и личности, методики вербальной и невербальной информации, создание сверхпроводящей обучающей среды и локального «сетового разума», информационная структура пространства.

Усложнение компьютерных систем доказало, что чем глобальнее система, тем менее она надежна, а с определенного уровня сложности надежность стремительно падает, делая компьютерную сеть бессмысленной. Бизнес – это творчество, живой процесс, постоянное изменение. Никакая компьютерная информационная система никогда не сможет заменить здесь человека. Особенно если помочь ему совершенствовать свои знания, но делать это следует опережающими темпами, что пока еще слишком непривычно. Но бизнес-реальность неумолима: либо ты развиваешься быстрее среды (и тогда ты ею управляешь), либо пытаешься удержаться на плаву, а это уже заведомый проигрыш.

Второе звено – принятие решений. Здесь требуется быстрота и точность, для развития которых нужны эффективные методики управления эмоциями, безопасные техники чистки и коррекции подсознания и памяти, контролируемая способность подключать интуицию, переструктурировать время и пространство. Вместо реальных технологий, разработанных на базе прикладной математики, и уже давно использующихся в космосе и обороне, на рынке преобладает «психология» в виде психоанализа, манипуляционных тренингов, самопрограммирования и т. д. Подавляющее

большинство этих «тренингов» просто бесполезны. Вся их цель – создание у клиента впечатления об эксклюзивности и личностном росте, а их основные результаты – краткосрочные сдвиги в психофизиологии и эмоциональный позитив. Принятие решений в бизнесе, и проблема выбора вообще, требует знания основ методологии, синергетики сложных динамических систем, биоритмологии и перехода на алгоритмизацию образного мышления. Именно она является технологией XXI в., позволяющей перевести принятие решений от теории вероятности к теории точности.

Третье звено – управленческое воздействие на окружающую среду, которое подразумевает четкое знание законов и принципов функционирования глобальных макросистем: государство, общество, человек, природа. Здесь необходимы фундаментальные естественнонаучные познания (или хотя бы их основы). Кроме того, это управленческое воздействие является энергоимпульсом. Поэтому жизненно важны навыки сохранения и накопления энергии, определение ключевых звеньев воздействия, способы энерговосстановления, замена энергии на информацию при управлении людьми, создание гибкой энергоосновы организации, использование альтернативных энергоресурсов.

Проблема в том, что исход каждой манипуляции и принуждения – сопротивление людей, которое оборачивается различными формами негативного поведения. Людей бессмысленно заставлять – их надо заинтересовать сотрудничеством. Нужны новые принципы командного целеполагания – объединение общей идеей.

Множество разговоров о создании команд, делегировании полномочий и т. п. заканчиваются одним – признанием невозможности создать полноценную команду. Это и невозможно, если не изменить сами принципы, а главное – цели внутрикомандного взаимодействия что неизбежно потребует адекватного уровня развития личности всех членов команды. Основной целью создания команды должен быть не какой-то конкретный результат (сейчас это часто бессмысленно), а перевод системы управления в режим автоволны с постоянной генерацией лидеров и идей.

Анализируя системные звенья управления бизнесом, можно выделить ключевые моменты:

1. Технологии работы с личностью руководителя и постоянное повышение его лидерских качеств, создание полноценной команды, оптимальная иерархическая структура, эффективная внутрисистемная коммуникация.
2. Развитие энерго- и информ-потенциала у сотрудников.
3. Гибкая ресурсная база, прежде всего идейная и инновационная.
4. Смешанные стратегии развития и реальные цели.
5. Полноценный маркетинг и оптимальное позиционирование, эффективные методы со здания своей рыночной ниши.

Задача бизнес-технологий следующего поколения и состоит в том, чтобы гармонично совместить профессиональный и личностный рост человека, сделать управление ресурсосберегающим и развивающим во всех смыслах.

Обучение – это и ключевое звено успешного бизнеса, часто это и трудная работа, но сделать ее интересней, творческой и веселой – в наших силах! Бизнес – это процесс, идущий во времени, изменения тоже требуют времени. Существует вполне реальный момент инерции системы. Кто уже занимается бизнесом, находятся в энергополе, и поэтому ни сами обучать кого-то, ни полно ценно обучаться не могут, так как обучение – это информационная функция! В этом еще одна проблема передачи практических знаний. Выход – создание и внедрение технологий самообучения, основанных на саморазвитии и постепенном овладении информацией. Самое динамично развивающееся направление системного подхода в бизнесе – это синергетика. Как наука она выросла из прикладной математики, и основная причина ее появления – бесперспективность существующей научной парадигмы, основанной на углубляющейся специализации отраслей знания.

Оказалось, решение практически любой проблемы возможно только на стыке дисциплин, и только после повышения уровня обобщения проблемы. Создание полноценной команды с сохранением и развитием лучших лидерских качеств. Неудачи большинства попыток создать команду для решения конкретной задачи обусловлены непониманием принципов объединения людей. Естественно, пока людей удерживает вместе только материальный интерес, ни о какой полноценной команде нечего и говорить. После удовлетворения финансовых интересов подобная группа немедленно разваливается – это с одной стороны, а с другой – она никогда не обеспечит качественных преимуществ для чего, казалось бы, и создавалась.

Команда – это всегда производное командного духа, а вселить его в группу людей, пробудить или поддерживать – всегда сложная задача. Это требует и таланта, и условий, которые далеко не всегда выполнимы. Российскому бизнесу еще предстоит пройти путь от общинной бессознательности через животный эгоизм – к осознанному взаимовыгодному сотрудничеству нового времени. Пока такой модели нет в массовом сознании, следовательно, ее нет ни в обучающих системах, ни в бизнес-технологиях.

Основные условия для создания команды:

1. Достаточно высокая общая идея, способная пробудить к деятельности и сплотить людей на достаточно долгое время.
2. Авторитетный лидер, имеющий выраженное качественное преимущество и пользующийся доверием остальных членов.
3. Философия приоритетности командного результата, ради которого следует уступить личным амбициям.
4. Комфортная эмоциональная дистанция, которая способствует быстрому обмену информацией и опытом.
5. Целесообразная иерархичность, позволяющая каждому участвовать в принятии решений и высказывать свое мнение.

Бизнес является динамической системой, и здесь видны все достоинства или просчеты при установлении связей. Наиболее важно здесь информационное взаимодействие, ибо только оно дает преимущества во времени, которые можно потратить на осмысление и необходимые преобразования. Именно информация является основой для работы с будущим и прошлым, которые в сумме и дают настоящее любой системы. Изменения всегда начинаются с настоящего, следовательно, информация – это ключ к управлению изменениями.

Суть синергетики бизнеса – гармоничное встраивание локальной динамической бизнес-системы (или фирмы) во все более глобальные взаимодействия. При этом возникает несколько задач:

1. Определить оптимальное соотношение локального хаоса и гармонии в системе (это определяет стимулы к развитию).
2. Определить направление и динамику изменений (и возможность управления ими).
3. Определить оптимальный тип межсистемного взаимодействия (от агрессии до сотрудничества).
4. Определить потенциал и ресурсы системы.
5. Определить эффективные технологии опережающего развития.
6. Определить оптимальный тип внутрисистемной иерархии.
7. Определить оптимальный срок жизни и объем «развертки» системы.

Таким образом, все эти задачи способен решить, а сначала грамотно сформулировать, лишь специалист очень высокого класса, имеющий многопрофильную и глубокую подготовку. С развитием рынка количество таких профессионалов будет увеличиваться.

Литература/источники:

1. Огнева А.С. Организационный консалтинг в стиле коучинга / А.С. Огня. – СПб.: Речь, 2015. – С. 5.
2. Спиридонова, Е.А. Оценка бизнеса: Учебник и практика для бакалавриата и магистратуры / Е.А. Спиридонова. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 299 с.
3. Сальникова Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: Учебник / Л.С. Сальникова. – М.: Аспект-Пресс, 2015. – 296 с.
4. Управление в стиле коучинга [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://btg.com.ua/services/programms/coaching>.
5. Тельнов Ю.Ф. Инжиниринг предприятия и управление бизнес-процессами. Методология и технология: Учебник / Ю.Ф. Тельнов И.Г. Федоров. – М.: Единство, 2016. – 304 с.
6. Марцинковская О., Фижик Н. Роль коучинга в развитии персонала Марцинковская Н., Фижик // Экономический анализ – 2011. – Выпуск 8. – Часть 2. -ФРОМ. 257-260.

Епифанова Анна Игоревна,
студентка 3 курса направление «Экономика»
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
anna.epifanova.99@inbox.ru
Шарохина Светлана Владимировна,
научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

**РЕШЕНИЕ ЗАДАЧ СЕГМЕНТАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ВЕЛИЧИНЕ ПРИБЫЛИ
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЗАКОНА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЦИПФА – ПАРЕТО**

Аннотация. В статье рассмотрены общие свойства исследуемых социально – экономических систем: неделимость системы, неоднородности структуры сложных рыночных условий, нелинейности категорий полезности, спроса и предложений, асимметричное распределение параметров и прочее, что необходимо при решении задач сегментации потребителей по величине прибыли с использованием закона распределения Ципфа – Парето. Сделан вывод о том, что в отличие от симметричных гауссовских распределений, распределение Парето имеет концентрацию больших значений случайной величины x на малые количества элементов и распыление на большом количестве элементов выборки ее малых значений.

Ключевые слова: социально – экономическая система, неделимость системы, неоднородность структуры сложных рыночных условий, дискретная величина, асимметричное распределение параметров, закон распределения, прибыль, выборка, ранжирование.

Наблюдение большого количества социально-экономических явлений приводит к применению эмпирических распределений показателей, которые описаны гиперболическими законами распределения, такими как закон распределения Ципфа – Парето [1]. Определяющими в этом случае являются общие свойства исследуемых социально-экономических систем: неделимость исследуемой системы, неоднородность структуры сложных систем рыночных условий, нелинейность категорий полезности, спроса и предложений, асимметричное распределение параметров и прочее [2]. Закон распределения описывает кривую распределения прибыли, устанавливая связь между численностью людей, которые имеют определенную прибыль, и уровнем этих

прибылей. Эта зависимость подтверждается многими авторами. Современная статистическая зависимость уровня доходов и количества людей, которые имеют такой доход в нормированном виде, называется распределением Парето и имеет выражается следующей формулой:

$$p(x) = \frac{a}{x_0} \left(\frac{x_0}{x}\right)^{1+a}; x \geq x_0, a > 0 \quad (1)$$

где: $p(x)$ – доля людей, имеющих доход x ,

$$p(x) = \frac{n(x)}{N}; n(x) – \text{число людей с доходом } x,$$

N – общий размер массива,

a – характеристический показатель для распределения прибыли $a=1,5$. Особенностью распределения Парето, как и всех гиперболических законов распределения, является то, что они используются при x больше x_0 . Теоретически $p(x)$ – плотность распределения вероятностей людей, которые имеют прибыль x . В точке x_0

$$p(x_0) \lim_{x \rightarrow x_0} p(x) = \frac{a}{x_0}$$

Когда x приближается к ∞ $p(x)=0$, то есть кривая приближается к оси ОХ.

Для распределения Парето моменты определяются формулами:

начальный момент порядка k

$$M_{\varepsilon^k} = \frac{a}{a-k} x_0^k; k > a \quad (2)$$

центральный момент порядка k

$$D_{\varepsilon^k} = \begin{cases} \frac{a}{(a-1)(a-2)} x_0^k; a > 2 \\ \infty a \leq 2 \end{cases} \quad (3)$$

Распределение Парето является срезанным на интервале $(X_0; \infty)$ ступенчатым распределением с параметром a и плотностью распределения вероятностей:

$$p(x) = \begin{cases} ax^{-(a+1)}, x > 0 \\ 0, x \leq 0 \end{cases} \quad (4)$$

Одним из важнейших эмпирических фактов, который вступает в противоречие с гауссовским представлением для закона Парето является эффект концентрации соответствующих параметров на очень малой (по сравнению с гауссовским характером случайной выборки) численности элементов статистического массива, описываемого этим законом [3]. С экономической точки зрения это свойство обусловлено концентрацией все больших прибылей у все меньшего количества фирм, концентрацией капитала в экономике развитых стран. Встречается этот факт концентрации и в росте населения крупных городов.

Явление концентрации встречается вместе с резкой асимметрией распределения, которая наблюдается как распыление, например, большого количества фирм, которые имеют малый доход, или большого количества малонаселенных городов. Таким образом, в отличие от симметричных гауссовских распределений [4], распределение Парето имеет концентрацию больших значений случайной величины x на малые количества элементов и распыление на большом количестве элементов выборки ее малых значений.

В формальном математическом плане отличие этого закона от нормального гауссовского распределения является превращение в нескончаемость центральных моментов, а именно дисперсии. Поскольку в экономических приложениях закона Парето $a=1,5$, то это отделяет его от нормального закона распределения. В таком случае отсутствует совпадение его с законом Гаусса, так как по условиям центральной предельной теоремы совпадение с нормальным законом распределения определяется по конечности дисперсии [5]. Обобщение понятия нормального распределения как предельного для суммы случайных величин с конечной дисперсией, приводит к более общему понятию устойчивого распределения, которое включает случайные величины с бесконечной дисперсией.

Распределение называется устойчивым, если композиция двух таких распределений приводит к распределению того же типа. С этого определения вытекает уравнение аналогичное уравнению Чемпена – Колмогорова [6]. Его решение приводит либо к нормальному распределению Гаусса или к семье негаусовых распределений с конечной дисперсией. Основным параметром устойчивых распределений является показатель $0 < \alpha \leq 2$, определяющий скорость совпадения. При $\alpha = 2$ предельным будет нормальное распределение, при $\alpha < 2$ предельными будут распределения негаусового типа, которые имеют бесконечную дисперсию. Закон распределения Парето совпадает по форме с асимптотикой этих распределений и является устойчивым теоретическим негаусовым распределением.

Это позволяет исследовать закономерности систем, подчиняющихся распределению Парето, с применением математического аппарата негаусовых распределений. Сложность их практического применения в том, что большинство из них не имеет явного вида, а имеет лишь характеристические функции. В явном виде из известных устойчивых распределений негаусового типа наиболее близко к устойчивому распределению с характеристическим показателем $\alpha = 1,5$. Именно такой показатель имеют распределения Парето, описывающие неравномерность доходов.

В распределении Парето возникает вопрос о вероятностных характеристиках крайних вариантов в выборке, потому что именно они чаще всего интересны в экономических задачах. Например, в задачах выявления максимальной или минимальной прибыли семьи, начиная с которой она будет иметь платежеспособный спрос на такие виды товаров, как телевизор, холодильник, автомобиль, квартира. В таком случае надо рассматривать распределение Парето. Данные выборки при этом надо переформировать, выбрав за вариационный ряд переменных долю или процент семей, имеющих прибыль x в соответствии с построением распределения Парето [7]. При изучении многих статистических зависимостей в экономике и маркетинге используется статистический инструмент гистограммы для определения выборочных и интегральных относительных частот попадания значений показателей в выбранные интервалы [8].

При решении задач сегментации потребителей по величине прибыли возникает задача рассмотрения не всего распределения случайной величины x , а только некоторых рангов распределения. Известно, что для ранжированной выборки исследуемых экономических величин (2) выполняется закон распределения Парето [9].

В упорядоченной выборке любого распределения существует зависимость между ранжированными показателями выборки. Общее количество информации о различных свойствах генеральной совокупности в результате упорядочения не меняется, но возникает ее распределение. Крайние порядковые статистики, как зависимые случайные величины, имеют больше информации о распылении признака в начальной совокупности, чем центральные и прочие. Порядковые статистики как зависимые случайные величины, которые описываются каким-то совместным распределением, в свою очередь, зависят от объема выборки и распределения случайной величины в генеральной совокупности.

Сама выборка, имея одни и те же элементы, может быть получена при испытаниях $n!$ различными методами в зависимости от порядка следования элементов. Если процедура выбора осуществляется верно, то все возможные реализации выборки равномерны и среди них может быть и ранжированная выборка с вероятностью $1/n$. Поэтому ранжированная сгруппированная выборка представляет собой уникальное явление. Отличную от начальной ранжированную выборку можно оценить общепризнанной мерой хаоса – энтропией [10]. При равномерности энтропия системы равна:

$$H = -\log_2 \left(\frac{1}{n!} \right) = \log_2(n!) \quad (5)$$

Энтропия упорядоченной выборки равна нулю. Уменьшение энтропии происходит в процессе упорядочения. Известно, что уменьшение энтропии происходит вследствие появления информации. Поэтому количество новой информации будет равно количеству энтропии (5).

Если функция распределения $F(x)$ и плотность вероятностей $f(x)$ случайной величины X генеральной совокупности непрерывны почти всюду, то в выборке объемом n функция плотности i -той порядковой статистики равна:

$$\psi_1(x_{(i)}) = \frac{n!}{(i-1)!(n-i)!} [F(x_{(i)})]^{i-1} [1 - F(x_{(i)})]^{n-i} \times f(x_{(i)}) \quad (6)$$

Совместим распределение i -той j -той порядковых статистик ($i < j$) равно:

$$\psi_2(x_{(i)}x_{(j)}) = \frac{n!}{(i-1)!(j-i-1)!(n-j)!} [F(x_{(i)})]^{i-1} [F(x_{(i)}) - F(x_{(j)})]^{j-i-1} \times [1 - F(x_{(j)})]^{n-j} \times f(x_{(i)})f(x_{(j)}) \quad (7)$$

Математическое ожидание i -той порядковой статистики:

$$E(x_{(i)}) = \frac{n!}{(i-1)!(n-1)!} \int_{-\infty}^{\infty} \xi * [F(\xi)]^{i-1} [1 - F(\xi)]^{n-1} f(\xi) d\xi \quad (8)$$

Где: ξ – переменная интегрированная. Для определения математического ожидания x^2 у (8) под интегралом первый множитель ξ меняется на ξ^2 . Дисперсия x_1 определяется по формуле:

$$D(x_{(i)}) = E(x_{(i)}^2) - [E(x_{(i)})]^2 \quad (9)$$

Начальный корреляционный момент i -той и j -той статистики:

$$E(x_{(i)} * x_{(j)}) = \frac{n!}{(i-1)!(j-i-1)!(n-j)!} \int_{-\infty}^{\infty} \int_{-\infty}^{\eta} \xi * \eta [F(\xi)]^{i-1} \times [1 - F(\eta)]^{n-j} [F(\eta) - F(\xi)]^{j-i-1} f(\xi) f(\eta) d\xi d\eta. \quad (10)$$

Коэффициент корреляции между ними будет равен:

$$r_{ij} = \frac{E(x_{(i)}x_{(j)}) - E(x_{(i)})E(x_{(j)})}{\sqrt{D(x_{(i)})D(x_{(j)})}} \quad (11)$$

Наиболее простые формулы (6)-(11) – для равномерного распределения (1). Поэтому считая

$$y = F(x), \quad (12)$$

всегда получаем равномерно распределенную на интервале $[0, 1]$ случайную величину y .

Например, функция плотности статистики i для y будет иметь вид:

$$\psi(x_{(i)}) = \frac{n!}{(i-1)!(n-i)!} y^{i-1} (1 - y)^{n-i} \quad (13)$$

Математическое ожидание:

$$E(y_{(i)}) = \frac{i}{n+1} \quad (14)$$

В таком случае задачу определения распределения порядковых статистик переносят в решение уравнения (12).

Когда рассматривают порядковые статистики, то числа, которые входят как индексы в обозначение порядка элементов выборки, становятся рангами выборки. Ранги – целые порядковые числа. Пусть при образовании выборки объемом n из генеральной совокупности изымается очередной элемент, которому надо занять свое место в ранжированном ряду. Какой именно будет этот ранг? Даже, если известно значение x_i элемента выборки, то неизвестным будет его ранг. И может принять любое значение из n . Поэтому совокупность рангов – случайная n -мерная величина. Она дискретная и распределена равномерно так, что для всех рангов ее вероятность $p(r_i) = 1/n$. Очень часто совокупность рангов выборки $R = (r_1, \dots, r_n)$ называют ранговым вектором. Он случайный. Его реализация перестановки чисел $1, 2, \dots, n$. Количество таких векторов $n!$.

Таким образом, ранжируя выборку, получают пару случайных объектов: ранжированную выборку $\{x\}$ и вектор рангов R . Они описывают одну и ту же выборку. Статистически $\{x_i\}$ и R независимы. Совместимое n -мерное распределение непрерывной величины $\{x\}$ и дискретной величины R является произведением этих величин (по теореме Гайка). Но при определении ранга r_i элемент x_i становится i -той порядковой статистикой. Они имеют корреляционную связь. При этом коэффициент корреляции не зависит от среднего значения x и дисперсии $D(x)$, а только от объема выборки n и вида распределения генеральной совокупности.

Таким образом, общие свойства исследуемых социально – экономических систем – неделимость исследуемой системы, неоднородности структуры сложных систем рыночных условий, нелинейности категорий полезности, спроса и предложений, асимметричное распределение параметров требуются для описания теоретического закона распределения Парето. Благодаря своим свойствам концентрации и распылению Закон Парето описывает такие системы. Закон распределения Парето совпадает по форме с асимптотикой негаусовых устойчивых распределений и является устойчивым теоретическим негаусовым распределением. При решении задач сегментации потребителей по величине прибыли возникает задача рассмотрения не всего распределения случайных величины x , а только некоторых рангов распределения. Поэтому очень важными являются статистические характеристики рангов выборки.

Литература/источники:

1. Данилевский И.В. Закон Ципфа-Парето, новые квантовые технологии и философия бессознательного // Квантовая Магия. – 2007. Т.4. Вып.1. С. 1201 – 1209.
2. Титова Д.И., Ширяева Н.В. Особенности исследования социально-экономических систем // Перспективные направления развития финансовых исследований и технологий в Российской Федерации. - 2018. С. 158-162.
3. Малахов Д.И., Пильник Н.П., Радионов С.А. Стабильность распределения банков как аргумент в пользу концепции агрегированного агента // Экономический журнал ВШЭ. – 2015. Т. 19. – № 4. С. 640–669.
4. Пчелинцев Е.А. Процедура Джеймса Стейна для условно-гауссовской регрессии // Вестник Томского государственного университета. – 2011. – № 4(16). С. 6 – 17.
5. Михайлов Г.А., Медведев И.Н. Метод исследования дисперсии весовой оценки численного статистического моделирования // Доклады академии наук. – 2006. Т.406. – № 2. С. 156-159.
6. Мирошин Р.Н., Баринаова О.В. Частные решения уравнения Колмогорова-Чепмена и их связь с уравнениями математической физики // Естественные и математические науки в современном мире. -2016. – №7 (42). С. 126-138.
7. Винде Е., Павличенко А. Распределение Парето как преобразования эмпирического распределения экономических наблюдений // Торговля и рынок Украины. – 2000. Т.1. Вип.10. С.267 – 272.
8. Гистограмма – это инструмент, позволяющий зрительно оценить закон распределения статистических данных. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infopedia.su/7x5f38.html> (дата обращения: 16.03.2020).
9. Щеголева С.А. Статистика Ципфа-Парето-Мандельброта и анализ Парето // Известия Дальневосточного федерального университета. – 2002 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/statistika-tsipfa-pareto-mandelbrota-i-analiz-pareto/viewer> (дата обращения: 16.03.2020).
10. Кочетков А.В., Федотов П.В. О различных смыслах понятия «Энтропия» // Вестник евразийской науки. – 2015. Т.7, – № 6 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-razlichnyh-smyslah-ponyatiya-entropiya/viewer> (дата обращения: 16.03.2020).

Епифанова Анна Игоревна,
студентка 3 курса направление «Экономика»
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
anna.epifanova.99@inbox.ru
Пудовкина Ольга Евгеньевна,
научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olechkasgeu@mail.ru

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ КОРПОРАЦИИ КАК МЕТОД ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ КРИЗИСА

Аннотация. *Статья посвящена процессу реструктуризации современных корпораций, своевременность и качество которого непосредственно влияют на устойчивость компаний в бизнес среде. Автор приводит подробный перечень причин, провоцирующих кризисы, особо выделяя те, которые связаны с непрофессиональным менеджментом и неэффективной организационной структурой.*

Ключевые слова: *организационная структура, реструктуризация корпорации, дестабилизация корпораций, интеграция, корпоративная структура.*

Каждая компания в процессе своей предпринимательской деятельности испытывает состояния потери устойчивости, сталкивается с противоречиями функционирования и развития, провоцирующими начало кризиса. Причины кризиса могут быть различными. Они делятся на две большие группы: объективные, связанные с потребностью в модернизации и реструктуризации, и субъективные, являющиеся следствием непрофессионального менеджмента.

Первая группа – объективные причины – наиболее показательно отражает закономерности циклического развития корпорации, в жизненном цикле которой можно выделить большое количество переплетающихся и накладывающихся друг на друга циклов: от макроэкономических (инвестиционная активность в стране, изменение структуры национального рынка и т. п.) до локальных (нормативные сроки службы оборудования, плановопредупредительные ремонты оборудования и др.). Волнообразная природа большинства процессов, протекающих в корпорации, и составляет основу управляемости кризисом, т. е. дает возможность его предвидеть, нейтрализовать или развить, а также ликвидировать или свести к минимуму его отрицательные последствия.

Вторая группа причин непосредственно связана с организационной структурой управления корпорации, основным противоречием которой можно назвать несоответствие бизнес-процессов потребностям в реальном масштабе времени.

Если рассмотреть жизненный цикл любой компании, то независимо от ее специфики можно выделить точки дестабилизации, которые разграничивают фазы рождения, устойчивого развития, стабильного функционирования и т. д. Понимание того, что каждый из этих моментов может стать точкой начала кризиса, позволяет вовремя спланировать изменения в организационной структуре, адаптировав ее к потребностям бизнес среды.

Комплексный анализ корпоративных дестабилизаторов позволяет составить их классификацию (табл. 1).

Независимо от причин дестабилизации, основной состав позитивных задач реструктуризации можно представить следующим образом:

- привлечение кредитных и инвестиционных ресурсов;
- поиск бизнес-партнеров;

- расширение и укрепление основного процесса;
- оптимизация налогообложения;
- внедрение новых технологий;
- диверсификация деятельности;
- дробление имущественного комплекса;
- достижение баланса интересов собственников;
- реализация совместных проектов и т. д

Таблица 1. Причины дестабилизации

Факторы	Причины дестабилизации
Экономические	Кризисное состояние экономики, спад и убыточность производства в целом; Ослабление функций государственного контроля и регулирования экономики; Неэффективность налоговой политики государства, приводящая к непосильному налоговому бремени; Несовершенство и нестабильность финансово-кредитной политики, проявляющиеся в росте процентных ставок и недоступности кредитов для большинства предприятий; Разрыв экономических связей со странами ближнего зарубежья; Невыгодные условия экспорта и импорта товаров
Социальные	Политическая нестабильность в обществе, региональные конфликты, постоянная угроза терроризма, рост преступности Отсутствие структур, опыта и методов предотвращения чрезвычайных ситуаций Деформированная структура образования и, как следствие, нехватка квалифицированных кадров Низкая рождаемость и высокая смертность Низкая покупательная способность и обнищание населения
Научно-технические	Долговременное отсутствие финансирования научных разработок и снижение научно-технического потенциала Затрудненный доступ к источникам информации о научных достижениях
Информационные	Отсутствие методологии антикризисного менеджмента и невозможность использования зарубежного опыта без адаптации к российским условиям в полном объеме Неэффективное антикризисное регулирование, обусловленное несовершенством действующей системы Отсутствие качественной информации о рыночной конъюнктуре
Рыночные	Неадекватная рыночным условиям система регулирования хозяйственной деятельности Захват рынка предприятиями-монополистами, приводящий к росту цен на все виды ресурсов Низкая конкурентоспособность продукции российских производителей Высокие темпы роста инфляции Процветание теневой экономики Неразвитость инфраструктуры бизнеса и, как следствие, отсутствие у отечественных производителей стимула к развитию
Правовые	Противоречивость законодательства в области: – хозяйственного права; – антимонопольной политики; – предпринимательской деятельности Неполноценная работа правовых структур и отсутствие законопослушности граждан

Помимо внешних факторов, выделяют еще и внутренние факторы дестабилизации:

1. Организационные факторы, которые включают в себя:

- Нерациональная организация производственного процесса, приводящая к высокой себестоимости продукции
- Неиспользование измерителей и счетчиков, фиксирующих величину расхода ресурсов
- Неадекватные экономической ситуации в стране методы управления, отсутствие стратегической перспективы, неспособность оценить и учесть предстоящие риски
- Отсутствие заинтересованности наемных менеджеров в развитии бизнеса и, как следствие, тяга к заключению сомнительных сделок из соображений личной выгоды

– Неразвитость логистических сетей и услуг в структуре бизнеса

2. Материально-технические:

– Высокий уровень морального и физического износа основных фондов, технологическая отсталость

– Недостаточное материально-техническое снабжение в силу разрушения прежних хозяйственных цепочек и связей

– Низкая оборачиваемость и дефицит оборотных средств, обусловленные гиперинфляцией

– Нерациональное использование производственной мощности имеющихся основных фондов

3. Социально-экономические:

– Эклектичная реструктуризация: передел собственности без учета пропорций и последствий для экономики страны в целом

– Спекулятивная оценка активов предприятия, проявляющаяся в искажении их реальной стоимости вследствие инфляции и переоценок

– непрофессиональный маркетинг. Его признаки: падающие объемы продаж, отсутствие продвижения и сопровождения товаров, неразвитость сбытовой сети

– Отсутствие инноваций, стремление использовать кратковременные преимущества

– Неумение управлять инвестициями, с одной стороны, а с другой – невозможность получить кредит на подходящих условиях

Решение этих задач достигается посредством целого комплекса преобразований, важнейшим из которых является перестройка организационной структуры корпорации, приведение ее в соответствие с изменившимися условиями как вне, так и внутри компании. Реструктуризация, собственно, и представляет собой процесс формирования адекватной структуры корпорации с целью повышения управляемости и устойчивости в условиях риска.

На современном этапе организационные структуры многих российских компаний нуждаются в серьезных преобразованиях.

К наиболее характерным недостаткам этих оргструктур следует отнести:

– чрезмерную перегруженность первых лиц организации, что резко снижает эффективность управления компанией;

– «раздутый» штат вице-президентов – заместителей первого лица;

– «размытость» зон компетенции и ответственности;

– отсутствие или неадекватность информационной поддержки финансовой и коммерческой сторон деятельности корпорации;

– отсутствие программ адаптации, наставничества, планирования карьеры, повышения квалификации персонала;

– отсутствие подразделений, управляющих изменениями;

– формальный подход к работе с акционерами и управлению имуществом.

Моделируя структуру корпорации, необходимо учитывать отношения не только между исполнительными элементами производственно-хозяйственной системы, но и между ними и другими элементами – функциями, технологиями, видами ресурсов, продукцией. Об отношениях с этими элементами в научной литературе говорится очень мало, а между тем полного понимания организационной структуры невозможно достичь без их учета. Рассмотрим участие отношений этих элементов в формировании корпоративной оргструктуры.

Отношения «структура – функции» заключаются в делении функций системы на функции исполнительных звеньев и в интеграции функций звеньев в функции системы. Это означает, что функции системы должны быть распределены по звеньям. Тем самым они будут упорядочены и организованы в пространстве.

Отношения «структура – технология». Когда технология определена, можно ответить на следующие вопросы: что делать, какие и когда выполнять работы по функциям системы, с помощью чего (предметы и средства труда, рабочие места)? Однако остается неизвестным, кто должен их выполнять, и решение об этом принимает структура при помощи разделения труда. При этом технология устанавливает, какой именно персонал необходим для данных работ, а структура показывает, кто по своим обязанностям, правам, специализации, мощности, квалификации может и должен их выполнять.

Отношения «структура – человеческие ресурсы». Структура устанавливает общие требования к составу, пропорциям, квалификации кадров, т. к. она формирует набор должностей, штатных единиц подразделений с присущими им параметрами. Рабочая сила как вид ресурса должна привлекаться, обучаться и распределяться по готовым структурным ячейкам. При этом учитывается и обратное влияние.

Отношения «структура – информация». Потоки информации ориентированы в пространстве территориальном (известны состав и размещение звеньев структуры), профессиональном или функциональном (известны специализация, обязанности, функции звеньев), иерархическом (известны уровни иерархии структуры, уровень и полномочия звеньев). Информация имеет адреса и каналы движения благодаря структуре, которая формирует функции и связи звеньев.

Отношения «структура – финансовые ресурсы». Организационные отношения этих двух элементов, как и других видов ресурсов, заключаются в том, что организационная структура обеспечивает адресное движение, позволяет связать финансовые ресурсы с конкретным звеном структуры, т. е. упорядочивает этот вид ресурсов в территориальном, функциональном и иерархическом пространстве.

Отношения «структура – продукты». У результатов труда, в том числе исследовательских и управленческих решений, должны быть свои «производители», авторы и владельцы (собственники, распорядители, пользователи). Организационная структура позволяет упорядочить в пространстве исполнителей состояние продуктов: функции звеньев определяют «производителя», автора; права и ответственность звеньев указывают на владельца (собственника), распорядителя, пользователя; связи указывают пути перемещения.

В кризисных условиях резко усиливаются различия в положении отдельных структурных подразделений корпорации. Такая несбалансированность является следствием невозможности сохранения прежних объемов традиционных производств из-за неравномерности спада производства разных видов продукции. В результате обостряются противоречия между благополучными и неблагополучными подразделениями, и возникает необходимость их разграничения на конкурентоспособные и неконкурентоспособные. Поэтому реструктуризация может осуществляться по следующим направлениям [1]:

- преобразование структуры предприятия в рамках его прежних организационно-пространственных границ;
- разделение предприятия на отдельные самостоятельные части;
- выделение отдельных частей из состава предприятия;
- присоединение к предприятию частей из внешнего окружения;
- слияние предприятия с другими организациями из внешнего окружения.

Если рассматривать процесс реструктуризации с позиций масштабности, то можно выделить ситуации, требующие различных по глубине и фундаментальности преобразований. Особо хотелось бы рассмотреть группу ситуаций, когда критическое состояние компании напрямую связано со сменой собственника. Объективный процесс поглощений, слияний и захватов в России часто провоцируется несовершенством законодательства в этой области и особенностями приватизации предприятий, проводившейся методом распределения акций среди членов трудового коллектива.

Потребность в создании интегрированной структуры в процессе поглощений, слияний или присоединения компаний продиктована необходимостью расплатиться за приобретение, получив синергический эффект от сделки. В каждом конкретном случае реструктуризация преследует цель создания уникальной корпоративной оргструктуры для объединившихся компаний. При этом зафиксированный опыт топ-менеджеров в части преобразования существующих оргструктур в корпоративную в лучшем случае представлен рекомендациями по формированию новой оргструктуры, основные из которых приведены в табл. 2.

Таблица 2. Практические рекомендации по разработке интегрированной структуры объединенных компаний

Элемент организационной структуры	Содержание	Факторы, подлежащие учету
Звенья, отвечающие за стратегическое развитие компании	Сильные и слабые стороны компании, ключевые факторы успеха, характерные для деятельности звена	Четкость стратегических целей, позволяющих определить полномочия, ответственность, задачи и ожидаемые результаты деятельности, а также ресурсы для каждой должности
Отделы и подразделения	Закрепление видов деятельности и функций за конкретными хозяйственными подразделениями и отделами	Прямая связь видов деятельности, выполняемых подразделениями и сотрудниками, с миссией и задачами соответствующего подразделения. Полнота использования возможностей для объединения в одном звене близких по сути видов деятельности и / или трудовых операций (например, стандартизированные задачи, экономия на масштабе, сокращение времени на принятие решений)
Степень контроля	Количество иерархических уровней в организационной структуре компании	Установление разумного количества уровней иерархии. Максимально возможное приближение источника информации к тому уровню, на котором принимаются решения с ее использованием
Объем ответственности и норма управляемости	Количество сотрудников, непосредственно подчиненных данному менеджеру	Степень разработанности и внедрения процедур и методик, позволяющих менеджеру руководить большим количеством подчиненных. Достаточность числа подчиненных для реализации компетенций менеджера
Персональная ответственность	Масштаб ответственности за выполнение определенного вида деятельности и понимание работниками и менеджерами своих обязанностей и ответственности	Минимизация количества работников, участвующих в определенном бизнес-процессе. Зависимость успешного выполнения данного вида деятельности от ответственности конкретного менеджера

Преимущества корпоративного объединения практически аналогичны преимуществам корпорации перед индивидуальным предпринимательством и партнерством и заключаются в увеличении корпоративного капитала, оптимизации его структуры, повышении эффективности управления, улучшении структуры ресурсной базы, расширении рынков сбыта и поставок, активизации финансирования инноваций (НИОКР), рационализации сбытовой сети и послепродажного обслуживания, роста приобретенных ценных промышленных «ноу-хау» и патентов, возрастании деловой репутации фирмы, повышении конкурентоспособности.

Объединенная корпорация как единое структурное образование со стабильными внутренними взаимосвязями позволяет уменьшать непроизводственные затраты и осуществлять долгосрочное инвестирование в развитие своего производства.

- Взаимодействие родственных производств в рамках объединенной корпорации позволяет избегать случаев проявления экономической недобросовестности партнеров.

- Объединенная корпорация легче адаптируется к неожиданным изменениям обстановки.

- Социальные преимущества: возможность привлечения высококвалифицированных специалистов, разнообразие рабочих мест и видов деятельности, профессиональное обучение, повышение квалификации, планирование карьеры.

Негативным фактором является беспечность российских предпринимателей, которые иногда поздно осознают необходимость изменений и экономической защиты, становясь жертвой инициаторов недружественных поглощений – весьма доходного вида бизнеса. Зачастую сам по себе факт реструктуризации не помогает преодолеть кризис, и на арене появляется реальный собственник, который консолидирует разпыленный капитал, принимая на себя ответственность за производство и управление компанией. В этом случае производится коренная реструктуризация, замена существующей оргструктуры на новую.

Опыт отечественных предприятий изобилует негативными последствиями такого рода преобразований (рушатся конструктивные связи, возникает социальная напряженность и т. д.), поэтому большинство компаний выбирает эволюционный путь реструктуризации, сохраняя принципиальную схему сложившейся оргструктуры и ограничиваясь локальными изменениями в составе функциональных подразделений и руководства.

Литература/источники:

1. Кныш М. И., Пучков В. В., Тютиков Ю. П. Стратегическое управление корпорациями. – СПб.: КультИнформ Пресс, 2012. – 239 с.
2. Галпин Т. Дж., Хелдон М. Полное руководство по слияниям и поглощениям компаний / Пер. с англ. – М.: Издательский дом Вильямс, 2005. – 240 с.
3. Антикризисное управление: Учебник / Под. ред. Э. М. Короткова. – М.: ИНФРАМ, 2018. – 432 с.
4. Бобылева А. З. Финансовое оздоровление фирмы: теория и практика: Учеб. пособие. – 2е изд., испр. – М.: Дело, 2004. – 256 с.
5. Ильин М., Тихонов А. Финансово-промышленная интеграция в корпоративные структуры: мировой опыт и реалии России. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 287 с.
6. Ленский Е. В. Корпоративный бизнес / Под. ред. О. Н. Сосковца. – Минск: Армита – Маркетинг – Менеджмент, 2011. – 480 с.

**Жилинский Никита Александрович,
Понетаев Егор Андреевич,**

курсанты 2 курса, филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)

Клейменова Татьяна Николаевна,

ст. преподаватель 12 кафедры математики и естественнонаучных дисциплин
филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)

Tanj.56@list.ru

ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН

Аннотация. Рассматриваются возможности использования процессов цифровизации экономики на региональном уровне. Выявлены проблемы и перспективные направления апробации цифровых технологий в развитии экономики Республики Башкортостан.

Ключевые слова: цифровая экономика, национальные технологические инициативы, региональное развитие, Республика Башкортостан

В современных рыночных отношениях становится неизбежной цифровизация экономических процессов. Она охватывает все сферы хозяйственной деятельности. К указанным сферам можно отнести: интернет-торговлю, цифровое сельское хозяйство, «умные» электросетевые системы, беспилотный транспорт, персонализированное здравоохранение.

Регионы начинают активно включаться в процесс формирования и реализации стратегических решений в области цифровой экономики. Насущной задачей они считают стремление обеспечить долгосрочные конкурентные преимущества на вновь формируемых рынках. Появляются рынки новых видов технологий, товаров и услуг.

В России термин «цифровая экономика» получил в 2017 году официальное государственное определение. Оно содержится в Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации. Стратегия утверждена Президентом РФ 9 мая 2017 года [3].

Цифровая экономика рассматривается с позиции образования новых рынков на базе использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Это позволит укрепить рост российской экономики на основе высокотехнологичных отраслей. Отрасли, которые задействуют возможности использования ИКТ, тоже внесут весомый вклад в укрепление экономики. Повышение конкурентоспособности отечественных организаций нового типа позволит увеличить долю несырьевого экспорта.

Развитие цифровой экономики в Российской Федерации в соответствии с принятой в 2017 году программой учитывает и дополняет цели национальной технологической инициативы (НТИ).

Рассмотрим приоритеты реализации процессов цифровизации в отраслях на примере региональной экономики Республики Башкортостан.

21 июля 2017 года Распоряжением Правительства Республики Башкортостан была утверждена Концепция Башкирской технологической инициативы (БТИ), в которой среди прочего определены приоритетные отрасли применения БТИ и их взаимосвязь с НТИ. Среди приоритетных отраслей БТИ: генерация и распределение электроэнергии, нефтедобыча, нефтепереработка, нефте- и газохимия; машиностроение; агро- и лесопромышленный комплекс; фарминдустрия; медицина и здоровье; сбережение. Получат развитие следующие рынки НТИ: Энерджинет (EnergyNet) – рынок интеллектуальных и распределенных энергетических сетей; Автонет (AutoNet) – рынок беспилотных автотранспортных средств; Фуднет (FoodNet) – рынок продовольствия, обеспеченный интеллектуализацией, автоматизацией и роботизацией на всех стадиях технологического процесса (от производства, переработки до потребления); Хелснет (HealthNet) – рынок персонализированной медицины и другие [2].

Однако в БТИ процессы цифровизации не упоминаются, а информационные технологии рассматриваются в контексте «общей теории систем управления и информационно-управляющих систем; информационных технологий контроля и управления сложными техническими и технологическими объектами на предприятиях Республики Башкортостан...» [2].

13 декабря 2017 года на заседании Правительства Республики Башкортостан был одобрен проект Стратегии социально-экономического развития Республики Башкортостан на период до 2030 года. Но и в Стратегии вопросам развития экономики республики в условиях цифровизации уделено недостаточно внимания. В проекте документа в принципе отсутствует термин «цифровая экономика». Поэтому в качестве примера использования технологий цифровизации в Республике Башкортостан с использованием существующей инфраструктуры ПАО «Башинформсвязь» предлагается рассмотреть рынок НТИ Фуднет и его сегменты «Интеллектуальное сельское хозяйство» и «Персонализированное питание». Выбор данных сегментов НТИ неслучаен.

1. Традиционно сильные позиции Республики Башкортостан по уровню развития сельского хозяйства среди регионов РФ. Традиционным занятием башкир было скотоводство [1].

2. Отсутствие внимания к данным сегментам в принятой Стратегии «Башкортостан-2030» и БТИ.

3. Наличием развитой и мало задействованной информационной инфраструктуры ПАО «Башинформсвязь» в сельской местности.

В настоящее время в контексте развития цифровой экономики в сфере сельского хозяйства активно внедряется термин «e-agriculture». Указанный термин можно интерпретировать как «цифровое (электронное) сельское хозяйство» (Ц(Э)СХ). В основе Ц(Э)СХ лежат информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), включая специальные девайсы, сети, сервисы и приложения, используемые для разработки концепций, проектирования, развития, оценки и применения инновационных путей в сельской местности, прежде всего ориентируясь на сельское хозяйство. В результате ожидается улучшение развития сельского хозяйства и сельских территорий. Подъём произойдёт путем совершенствования информационно-коммуникационных процессов [2].

Реализация Ц(Э)СХ является комплексным направлением. Данное направление должно учитывать роль местных инициатив и государства, наличие стратегии и инвестиционных возможностей, наличие информационной инфраструктуры и развитие специализированных информационно-коммуникационных технологий.

Человечеству необходимо сельское хозяйство нового типа, так называемое «интеллектуальное сельское хозяйство». Это важно для продовольственной и биологической безопасности.

«Интеллектуальное» сельское хозяйство среди прочего основано и на применении автоматизированных систем принятия решений, комплексной автоматизации и роботизации производства. Сами по себе компьютеры и программное обеспечение, конечно, не могут заменить традиционные сельскохозяйственные инструменты, но они могут дать очень ценную информацию по их оптимальному использованию.

И в последние годы хозяйства Башкортостана постепенно двигаются в этом направлении. Появляются современные комбайны, напичканные электроникой и системой ГЛОНАСС, дроны и беспилотники Роскосмоса, которые позволяют сверху следить за состоянием посевов, датчики, контролирующие температуру и влажность почвы. Оцифровать удалось и сферу животноводства.

Во многих племенных хозяйствах уже начали чипировать животных и использовать специальные ошейники с датчиками. С помощью специальной программы можно отслеживать передвижения скота, узнать, когда животное поело, и даже мониторить состояние его жевательной системы. Также с помощью приложения можно выявить больных животных, что способствует своевременному лечению. Технологии, которые всего несколько сезонов назад казались фантастикой, сегодня становятся незаменимыми помощниками аграриев.

Создание информационно-аналитической системы агропромышленного комплекса позволяет оперативно управлять процессом производства сельхоз продукции, а также снижает затраты и помогает привлекать новых инвесторов.

Кроме того, главой Башкортостана заданы дополнительные векторы и цели развития региона, в том числе в сфере цифрового развития, повышения качества жизни проживающих в республике граждан. В его сентябрьском указе отражены задачи с учётом особенностей Башкортостана и специфики его проблем. К концу 2024 года Министерством цифрового развития государственного управления Республики Башкортостан будет обеспечено развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры за счёт: обеспечения всех населённых пунктов с населением более 250 человек услугами мобильной связи и доступом к сети Интернет; обеспечения свыше 90% автомобильных дорог регионального значения устойчивым сигналом сотовой связи; обеспечения возможности использования жителями Республики Башкортостан единой карты «АЛГА» на всех видах пассажирского транспорта и при получении социально значимых

сервисов и услуг; возможности всем гражданам и организациям осуществлять взаимодействие в электронном виде с республиканскими органами исполнительной власти при получении значимых государственных и муниципальных услуг [4].

Башкортостан вошел в число участников многих пилотных проектов и федеральных программ, среди которых: обучение цифровым компетенциям по персональным цифровым сертификатам, подключение социально значимых объектов (СЗО) Башкортостана к высокоскоростному Интернету, поддержка республиканских инновационных компаний и др. В рамках национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» до 2021 года к скоростному интернету будет подключено более 2700 социально значимых учреждений РБ: объекты образования и медицины, отделения полиции, пожарные части, военкоматы, избирательные комиссии и органы местного самоуправления.

Внедрение цифровой экономики в Республике Башкортостан, как и во всём мире, связано с определенными проблемами. К ним относятся: дефицит как подготовленных кадров, так и кадров в образовательном процессе, низкий уровень цифровой грамотности населения. Поэтому идёт подготовка кадров для цифровой экономики. По направлению «Кадры для цифровой экономики» республика отобрана пилотным регионом по апробации образовательных цифровых сертификатов. Государственные гражданские служащие, муниципальные служащие Республики Башкортостан проходят обучение по программе CDO и CDTO за счет федеральных средств [4]. В 2020 году необходимо увеличение числа специалистов, прошедших переобучение по компетенциям цифровой экономики до 9500 человек, и специалистов в области информационной безопасности до 205 человек [5].

Еще одной крупной проблемой может стать снижение рабочих мест среди профессий низкой квалификации. В связи с этим могут исчезнуть такие профессии как продавец, оператор, кассир, что безусловно приведет к повышению уровня безработицы [6]. В настоящее время в республике и так наблюдается усиление напряженности на рынке труда. Коэффициент напряженности на рынке труда по методологии МОТ на начало 2020 г. составил 2,3. Поэтому важно продумать пути профессиональной переориентации и трудоустройства граждан.

Анализ документов стратегического планирования Республики Башкортостан с 2017 года показал следующее. Недостаточное внимание уделялось оценке последствий цифровизации на функционирование региональной экономики. Слабое внимание было уделено и мерам соответствующего реагирования со стороны местных властей и бизнеса. Но в последние годы в области цифровизации экономики Башкортостана намечается прорыв. И несмотря на наличие проблем, связанных с переходом к цифровизации, в перспективе видны и преимущества. К преимуществам можно отнести переход к более серьезному планированию и моделированию социальной и хозяйственной сфер, создание более комфортных условий работы для людей в разных отраслях. Важным преимуществом также является снижение стоимости товаров, повышение их доступности, улучшение качества жизни людей.

Литература/источники:

1. Большая энциклопедия: В 62 томах.Т.5. -М.: ТЕРРА, 2006.- С.239
2. Развитие цифровой экономики в регионах России: проблемы и возможности (на примере Республики Башкортостан)// Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. ISSN 1999-2645. – №1 (53). Номер статьи: 5313. Дата публикации: 2018-03-15. Режим доступа: <https://eee-region.ru/article/5313/>
3. Программа развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 года.
4. Разумикин Г. О развитии информатизации в Республике Башкортостан в 2019 году.// Дата публикации:21.02.2020. Режим доступа: <http://d-russia.ru/o-razviti-i-informatizacii-v-respublike-bashkortostan-v-2019-godu.html>

5. Правительством РБ рассмотрены итоги реализации нацпроектов на территории Башкортостана в 2019 году и приоритетные задачи на 2020 год // Государственный комитет Республики Башкортостан по внешнеэкономическим связям. Дата публикации: 18.02.2020
Режим доступа: <https://foreign.bashkortostan.ru/presscenter/news/255612/>

6. Зубарев А.Е. Цифровая экономика как форма проявления закономерностей развития новой экономики // Вестник ТОГУ. -2017 – № 4 (47). – С. 177-184.

**Заряев Владислав Эдуардович,
Головецкий Алексей Андреевич,**

курсанты 3-4 курса, филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)

Шевченко Татьяна Анатольевна,

к. э. н., старший преподаватель кафедры
гуманитарных и социально-экономических дисциплин,
филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)

Куликов Виктор Михайлович,

преподаватель кафедры гуманитарных и
социально-экономических дисциплин,
филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)
privet7770@rambler.ru

РОЛЬ ВОЕННОГО БЮДЖЕТА В ФОРМИРОВАНИИ УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФУНДАМЕНТА ОБОРОНОСПОСОБНОСТИ ГОСУДАРСТВА

Аннотация. В статье рассмотрены сущностные признаки военно-финансовых правоотношений, изучены их особенности и структура, возникающие в процессе финансовой деятельности в Вооруженных Силах Российской Федерации. Также дано обоснование понятия, раскрыта структура и военно-социальная природа военного бюджета как основного инструмента реализации военно-финансовой политики, материально-вещественного проявления военных финансов, обоснована система и компетенции участников военно-бюджетного процесса. Проведен анализ направлений использования военного бюджета для воздействия на военно-экономические, военно-научные, военно-технические, военно-социальные и собственно военные слагаемые обороноспособности и военной безопасности.

Ключевые слова: оборонный бюджет, военные расходы, военно-финансовые отношения, военная экономика, военные финансы.

Оборонный бюджет Российской Федерации подразумевает сложную комплексную экономическую задачу, состоящую из множества этапов. Оборонный бюджет – это источник финансирования Вооруженных сил. Тем не менее, как такового официального документа в нашей стране не предусмотрено, так как единственным официальным документом, который отражает финансирование государства в сфере обороны, является федеральный бюджет. Он составлен в соответствии с Бюджетным кодексом Российской Федерации.

Оборонный бюджет – это централизованный фонд денежных средств, который выделяет денежные средства на оборонные нужды из государственного бюджета.

Существует ряд принципов формирования оборонного бюджета:

1. Приоритетность
2. Вариантность
3. Сбалансированность
4. Программно-целевое планирование
5. Адаптивность
6. Сквозное финансовое планирование

В обиходе нашей страны такие термины как «военный бюджет», «военные расходы» появились недавно и сразу заинтересовали специалистов-практиков и ученых. Связано это с тем, что мало информации касаясь финансирования военного строительства в отечественной военно-экономической и военно-финансовой литературе, а также ролью, которая принадлежит военному бюджету в обеспечении обороноспособности и военной безопасности государства.

Военный бюджет является важной областью военно-финансовых отношений и служит финансовому обеспечению общегосударственной потребности в обороне и военной безопасности.

Анализируя сущность и содержание военного бюджета как категории военной экономики, следует исходить из того, что военный бюджет – это категория отдельного (особенного) по отношению к более общей категории военным финансам. В их составе выделяются отдельные (обособленные) области стоимостного распределения валового внутреннего и совокупного военного продукта, одной из которых является военный бюджет.

Военно-бюджетные отношения являются:

- частью военно-экономических отношений;
- носят распределительный характер и организуются по поводу распределения стоимости совокупного военного продукта;
- осуществляются в денежной форме;
- сопровождаются формированием и использованием фондов денежных средств, имеющих военно-целевую направленность.

Военный бюджет имеет ряд особенностей. Рассмотрим их более подробно.

1. Военный бюджет – это форма распределительных отношений, она связана с тем, что в полномочиях государства сосредоточена часть стоимости военного продукта и использованием ее для обеспечения общегосударственной потребности в обороне и военной безопасности.

2. Военный бюджет выражает военно-финансовые взаимоотношения, которые связаны с формированием и использованием централизованных военно-бюджетных ресурсов и служит перераспределению стоимости между государством, военной организацией и оборонно-промышленным комплексом.

3. Пропорции размещения цены военного продукта при помощи военного бюджета определяются надобностью обороны страны задачами, которые стоят перед армией.

4. В системе военных финансов именно военно-бюджетные отношения занимают ведущее место, ибо они тесно взаимодействуют со всеми звеньями военно-финансовой системы, реализуя военную политику и обеспечивая обороноспособность армии.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что военный бюджет содержит в себе денежные средства отраслей и предприятий оборонного производства, Вооруженных сил, других войск и общегосударственные военные финансы.

По материально-вещественному составу военные финансы представляют собой часть федерального бюджета, выделенную в законодательном порядке на военные расходы в течение конкретного финансового года.

Военные расходы государства складываются из прямых и косвенных военных расходов. Поэтому при анализе количественного соотношения военного бюджета государства и его военных расходов необходимо оперировать тем, что военный бюджет,

показывая величину официально признанных прямых военных расходов государства, включает только конкретную часть всех военных расходов страны.

Военные расходы включают различные косвенные военные расходы. К их числу обычно относят:

- выплаты пенсий и пособий ветеранам войн и инвалидам;
- выплаты пенсий гражданскому персоналу министерства обороны; часть платежей по государственному долгу, вызванному финансированием военной деятельности;
- расходы на утилизацию вооружения и военной техники;
- финансирование конверсии военного производства и прочее.

Под ролью военного бюджета понимают итог использования военного бюджета в различных сферах деятельности по обеспечению военной безопасности страны. Он выступает как главный источник обеспечения всех потребностей обороны, а также военной безопасности государства.

Военному бюджету принадлежит важная роль в поддержании, улучшении и развитии военно-экономических, военно-технических, военно-социальных и собственно военных слагаемых обороноспособности и военной безопасности страны:

1. Влияние военного бюджета на функционирование военной безопасности страны оказывается благодаря своевременному, и правильному распределению всех нужд военной организации в ассигнованиях на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, закупку и содержание военного вооружения, техники, а также военного имущества и строительство в интересах обороны и военной безопасности. Также надо добиваться соотношения расходов на текущее содержание военной организации и расходов долгосрочного военно-инвестиционного характера.

2. Благодаря военному бюджету покрываются затраты поставщикам товара военного назначения. Возмещение данных затрат способствует повышению продуктивности обороны производства.

Однако имеющаяся многомиллиардная задолженность поставщикам продукции (исполнителям работ и услуг) военного назначения по государственному оборонному заказу отрицательно сказывается на финансовом положении и кадровом потенциале предприятий оборонно-промышленного комплекса, технологии военного производства.

Определенное воздействие на поставщиков продукции военного назначения оказывается также путем применения финансово-экономических льгот и санкций.

3. В военном бюджете имеется развитие производственной сферы экономики. Количественные и качественные параметры промышленного, ремонтного, строительного и сельскохозяйственного производства, военной торговли оказывают огромное влияние на состояние и функционирование военно-экономических и собственно военных слагаемых обороноспособности и военной безопасности государства.

4. Воздействие с помощью военного бюджета осуществляется через контроль за законностью и рациональностью использования военно-бюджетных ресурсов.

5. Благодаря военному бюджету есть вероятность иметь влияние на человеческий фактор, военно-социальные слагаемые и саму военно-социальную политику. Военный бюджет является финансовым фундаментом военно-социальной политики в Вооруженных Силах, других войсках, воинских формированиях и органах. Это создает финансовые предпосылки для воздействия на функционирование военно-социальных слагаемых обороны и военной безопасности страны.

Реализация военно-социальной политики в структурах военной организации свое конкретное выражение получает в системе мер по социальной защите военнослужащих, гражданского персонала, ветеранов военной службы и членов их семей. В частности, в отношении военнослужащих социальная защита означает гарантию их важнейших прав, полное удовлетворение материальных и духовных потребностей в соответствии с той значительной ролью, которую они играют в жизни общества.

Мерами по обеспечению материальных и духовных потребностей военнослужащих в соответствии с Федеральным Законом РФ от 11.11.2003 N 141-ФЗ «О статусе военнослужащих» являются [1]:

- денежное довольствие и дополнительные выплаты;
- установление льгот по налогам;
- продовольственное, вещевое, квартирное, медицинское и страховое обеспечение;
- торгово-бытовое, транспортное, культурно-досуговое, санаторно-курортное обслуживание.

Применительно к гражданскому персоналу военных организаций среди таких мер можно выделить заработную плату, премиальные выплаты, установленные льготы, а в отношении ветеранов военной службы пенсионное обеспечение и льготы. В связи с особым характером обязанностей, возложенных на военнослужащих, им предоставляются некоторые льготы, гарантии и компенсации.

Для реального обеспечения статуса граждан, уволенных с военной службы, имеется целенаправленная социально-правовая работа по гарантированному обеспечению прав, свобод и льгот военным пенсионерам, членам их семей.

Социальная защита граждан, уволенных с военной службы, направлена на реализацию определенных функций.

Социально-экономическая функция предполагает удовлетворение материальных потребностей и интересов посредством выплат льгот, пенсий, компенсаций.

Политическая функция способствует поддержанию стабильности в обществе.

Социально-реабилитационная функция направлена на восстановление общественного статуса граждан, уволенных с военной службы и на их адаптацию к изменяющимся условиям.

На все эти нужды для военных пенсионеров денежная сумма выделяется также с военного бюджета.

Важным направлением влияния с помощью военного бюджета на реализацию военно-социальной политики в Вооруженных Силах, других войсках, воинских формированиях и органах выступают расходы на продовольственное, вещевое, квартирное, медицинское и страховое обеспечение военнослужащих. Не менее значимы для военнослужащих и членов их семей расходы военного бюджета по обеспечению мероприятий транспортного, культурно-бытового обслуживания и прочее.

Таким образом, можно сделать вывод о том, анализ направлений использования военного бюджета для воздействия на военно-экономические, военно-научные, военно-технические, военно-социальные и собственно военные слагаемые обороноспособности и военной безопасности свидетельствует, что военному бюджету принадлежит важная роль в экономическом обеспечении обороны и военной безопасности страны. Однако сами возможности использования его как стоимостного инструмента реализации военно-экономической, военно-социальной, военно-научной, военно-технической и собственно военной политики ограничены во многом величиной выделяемых военно-бюджетных ресурсов. Вследствие этого органы военного управления, финансово-экономическая служба Вооруженных Сил, других войск, воинских формирований и органов должны уделять самое пристальное внимание строжайшему режиму экономии при расходовании военно-бюджетных ресурсов, экономическому анализу и выработке предложений, направленных на усиление социальной защиты военнослужащих, гражданского персонала, ветеранов военной службы и членов их семей. Обеспечение обороноспособности и военной безопасности страны является важнейшей функцией государства, в связи, с чем ст.71 Конституции Российской Федерации вопросы обороны и безопасности отнесены к исключительному ведению Российской Федерации. Оборонная деятельность связана с затратами материальных, трудовых и

финансовых ресурсов, которые покрываются за счет централизованных фондов денежных средств. Таким образом, финансы выступают важным фактором поддержания боеготовности Вооруженных Сил и обеспечения обороноспособности страны [3].

Литература/источники:

1. Федеральный Закон РФ от 11.11.2003 N 141-ФЗ «О статусе военнослужащих»
2. Барабанов С. Мировая торговля вооружениями и военной техникой // Мировая экономика и международные отношения. -1998. -№4. -С.99-112.
3. Землянин А.И. Правовое регулирование финансовой деятельности в Вооруженных силах Российской Федерации ДИССЕРТАЦИЯ Москва, 2005
4. Леонович А.Н.Современные тенденции развития рынка вооружений и военной техники // Наука и военная безопасность. – 2008. – №2. – С.31-35.
5. Послание Президента Федеральному собранию от 2018-03-01 б/н//pravo.gov.ru

Захарова Елизавета Александровна,
студентка 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
zaharova.liza.1999@mail.ru

Шарохина Светлана Владимировна,
научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье показано влияние культуры и основных характеристик психологического климата организации на изменения в организационных структурах. Доказана необходимость при разработке стратегии организации определить, кто имеет полномочия принимать решения. Названы факторы, побуждающие перейти к новой этике ответственности при формировании стратегии организации.

Ключевые слова: культура, организация, психологический климат организационная структура, стратегия, менеджер, цель организации.

С помощью сформулированных процедур и организационных структур можно создать атмосферу в организации, которая бы побуждала сотрудников доверять друг другу, придерживаться определенных норм. Самые востребованные из этих норм следующие: заинтересованность менеджеров в освоении по возможности большего объема информации; способность менеджеров выявлять проблемы; формирование понимания того, что худшее преступление для менеджера – это не сообщить о плохом состоянии дел [1].

Влияние на укрепление коллектива оказывают, главным образом, четыре фактора: свойства личности и методы работы главного руководителя; культура и психологический климат организации; состав работников; наличие общей цели. Культура и психологический климат – это характеристика отношений между сотрудниками, открытость дискуссий и уровень соблюдения формальностей [2].

Психологический климат должен способствовать конструктивной критике и надежным решениям, основанным на точном постижении фактов и альтернатив. Устанавливая требования к эффективной работе, руководители должны способствовать созданию такого психологического климата, который способствовал бы плодотворному труду [3]. Однако высшее руководство может способствовать обстоятельствам, которые приводят к искажению информации. Если информацию об эффективности работы требуют от менеджеров низших звеньев, то чаще всего они сообщают только

хорошие новости. Существует несколько причин того, почему подчиненные искажают информацию: от руководства поступают приказы и наказания вместо помощи и консультаций; жесткий контроль со стороны руководства и взрывы гнева; вмешательство в текущую работу; стремление руководства возложить вину на подчиненного [4].

На культуру и психологический климат в организации влияет множество факторов, в том числе, структура организации. При разработке стратегии организации важно определить, кто имеет полномочия принимать решения. Появление новых лидеров с определенными ценностями, нормами культуры может создать значительные возможности для переосмысления структуры организации. Новые лидеры склонны рассматривать перспективы организации под другим углом зрения и могут вносить новаторские идеи в реорганизацию. Изменения во внешней среде так же оказывают влияние на внутренние процессы. Так, изменения системы расчетов, контингента потребителей, поставщиков могут потребовать перестройки и переориентации ключевых групп организации. Если организация признает за наивысший приоритет определенную конкретную программу или определенный вид услуг, возможно, потребуются перестройка работы организации, чтобы влить ресурсы в перспективные участки работы.

Некоторые изменения в стратегии и структуре возможны только при наличии достаточного уровня организационной культуры. Организация работает в среде, имеющей свою культуру (например, направленную на внедрение изменений и инноваций) и влияет на внутреннюю культуру, стратегию и структуру организации [3].

Г. Йонас доказывает, что наша технологическая эпоха требует новой этики управления организациями. Он утверждает, что новые технологии привели к деятельности, цели и последствия которой имеют новые измерения, поэтому схемы прежней этики, приспособленные к прямым взаимоотношениям между людьми в широких пределах небосклонов пространства и времени, уже не являются адекватными. Три фактора, побуждающие перейти к новой этике ответственности: уязвимость природы; наши ограниченные знания о долгосрочных влияниях новых технологий на окружающую среду; ответственность перед будущими поколениями [5].

В прошлом человек тоже наносил вред природе, однако, влияние было незначительным, и природа могла восстановить свои силы. Сегодня существует много примеров необратимости вреда. К тому же, эти эффекты накапливаются [6].

Разработка стратегии – процесс интерактивный. Такие ее элементы как задачи формы и их влияние на основные характеристики среды находятся в динамичной взаимозависимости. Кроме того, на них влияют внутренние и внешние факторы, которые частично зависят от культуры и структуры, в которых они развиваются. Работники предприятия и определенные социальные группы имеют значительное влияние на разработку стратегии. Персонал и существующие на предприятии формальные и неформальные объединения участвуют в выработке культурных норм и заданий, с чем связаны как сильные, так и слабые стороны организации. Успех организации зависит от уровня культуры и подготовки ее работников. Это объясняет, почему в случае сокращения штата сохраняются рабочие места для квалифицированной части персонала.

Роль внешних участников выполняет государство и его многочисленные децентрализованные органы, разрабатывая регулирующие документы, а также целый ряд общественных организаций, включая профсоюзы, экологические организации и т.д. Культура общества формирует условия конкуренции на всех национальных рынках.

Найденная М. Портером цепь ценностей разделяет организацию на группы стратегической деятельности. Было определено, что цепи ценностей различных организаций в их деятельности связаны между собой и с деятельностью потребителей и поставщиков [7]. Что касается информационных потребностей организаций, то проблемы решаются созданием информационных сетей, разрушением старых барьеров и налаживанием взаимосвязей, как между организациями, так и внутри каждой из них. Некоторые ученые называют это явление безграничной организацией, что позволяет

образовываться так называемым информационным пробкам, которые проявляются как следствие сложной многоступенчатой иерархии управления.

Таким образом, с точки зрения культуры и создания благоприятного психологического климата в организации, целесообразно учитывать появление новых лидеров, способных дать толчок для переосмысления структуры организации. Остаются актуальными внешние факторы: участие государства, общественных организаций побуждающие сотрудников соответствовать определенным нормам.

Литература/источники:

1. Составные части организационной культуры. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studopedia.info/1-114947.html> (Дата обращения: 18.03.2020).
2. Грошев И.В. Организационная культура: Учебник / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 535 с.
3. Менеджмент [Текст] : учеб. пособие / Л.Д. Богатырева, Т.Н. Тардаскина, Е.Н. Стрельчук. – Одесса: ОНАС им. А.С. Попова, 2013. – 168 с.
4. Бехар Г. Дело не в кофе. Корпоративная культура Starbucks / Бехар, Голдстайн Говард; Джанет. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. – 194 с.
5. Гаджикурбанова П.А. Страх и ответственность: этика технологической цивилизации Ганса Йонаса // Этическая мысль, 2003. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/strah-i-otvetstvennost-etika-tehnologicheskoy-tsivilizatsii-gansa-yonasa/viewer> (Дата обращения: 18.03.2020).
6. Кузнецова Н.И., Шкеле М.В. Экологический вред и общественно опасные последствия экологических преступлений // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России, 2019. – №2 (82). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskij-vred-i-obschestvenno-opasnye-posledstviya-ekologicheskikh-prestupleniy> (Дата обращения: 18.03.2020).
7. Кузнецова Н.В., Алексеева Е.А. Цепочка создания ценностей М. Портера в рамках оценки конкурентоспособности предприятий металлургической отрасли // Молодой ученый. – 2016. – №27. – С. 418-423.

Зубарев Кирилл Александрович,

студент 4 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
kirzubar@gmail.com

Шарохина Светлана Владимировна,

научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

РИСКИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В ТОРГОВЛЕ

Аннотация. В статье автор обосновывает необходимость принятия стратегических решений при осуществлении управления торговыми предприятиями. Автор называет риски, которые возникают на каждой стадии жизненного цикла товара. Автор считает необходимым использовать матрицу Бостоновской консультационной группы для оценки отдельных товаров, что входят в товарный портфель предприятия, и их распределения по уровням риска.

Ключевые слова: риск, стратегическое управление, товар, жизненный цикл товара, торговое предприятие, прибыль, маркетинговая стратегия.

В рыночных условиях хозяйствования, когда торговые предприятия самостоятельно решают проблемы закупки и сбыта товаров, главными должны стать стратегические решения относительно товара в рамках общей маркетинговой стратегии [1]. Это связано с тем, что товар является эффективным средством воздействия на рынок и источником получения прибыли для предприятия, основным элементом комплекса маркетинга. Стратегические решения в области товаров должны не только обеспечить оптимизацию ассортимента, но и способствовать внедрению на рынок новых товаров, обеспечению их конкурентоспособности.

Товарную стратегию следует разрабатывать с учетом специфики внешней маркетинговой среды, реальных условий деятельности торговых предприятий и стадий жизненного цикла товара. Особенности жизненного цикла товара и его стадий определяют дифференцированный подход к выработке стратегии и маркетинговые инструменты [2].

Когда предприятие ставит целью своего долгосрочного развития рост объема продаж, то для этого необходимо через регулярные интервалы времени выводить на рынок новые товары. Обеспечение большего объема продаж каждого нового товара требует все большего количества ресурсов, полученных за счет роста доходов от продажи предыдущих товаров. В этом случае необходимым является сбалансирование производства товаров, которые находятся на ранней стадии жизненного цикла товара (ЖЦТ), наиболее рискованных с точки зрения получения конечной прибыли, и находящихся на более поздних стадиях жизненного цикла, которые уже приносят доход.

Для оценки отдельных товаров, составляющих товарный портфель предприятия, целесообразно использовать матрицу Бостонской консультационной группы (БКГ) [3]. В таком случае происходит использование двух показателей: рост объема продаж (индекс физического объема продаж товаров всех или основных фирм, работающих на рынке), относительная доля рынка, которую занимает фирма (объем продаж к общему объему или объему продажи основных конкурентов).

Торговым предприятиям целесообразно создавать систематизированный банк данных о товарах предприятия. Форма банка данных, может иметь вид, приведенный в таблице 1.

Таблица 1 – Банк данных по экономической характеристике товаров торгового предприятия

Наименование товаров	Изменение доли в общем объеме продажи, %	Темп роста объема продаж, %	Изменение уровня рентабельности, %	Изменение уровня расходов на товар, %

Матрица БКГ определяет четыре стратегические зоны товаров.

Товары – «звезды» действуют в условиях рынка, который быстро распространяется, что определяет, в частности, их потребность в финансировании, которая удовлетворяется, как правило, за счет прибыли от продажи. «Дойные коровы», как и «звезды», дают высокие прибыли, но не требуют значительных инвестиций, а потому являются источником финансирования других продуктов. «Трудные дети» требуют довольно значительного инвестирования со стороны, потому что ведут бизнес на рынке, который растет, но не дают высоких прибылей. Продукты – «собаки» являются наиболее привередливыми на предприятии [4].

Таким образом, по мере прохождения стадий жизненного цикла товары предприятия движутся от «тяжелых детей» до «звезд», в период зрелости они перемещаются к «дойным коровам», где становятся источником финансирования следующих поколений «звезд» и отдельно выбранных товаров из «тяжелых детей». Данный подход может использоваться для определения положения на рынке отдельных продуктов предприятия в будущем.

Исходя из вышесказанного, товары следует распределить по уровню риска следующим образом: товары минимального риска – «дойные коровы»; товары повышенного риска – «звезды»; товары критического риска – «трудные дети»; товары недопустимого риска – «собаки».

После определения стратегических зон товаров необходимо выбрать одну из трех стратегий для каждой товарной группы в зависимости от доли рынка, которую она занимает (таблица 2).

Таблица 2 – Виды стратегий предприятия в зависимости от рыночной доли товара

Стадия ЖЦТ	Стратегическая зона	Цель предприятия	Вид стратегии	Маркетинговые мероприятия
Внедрение	«трудные дети»	завоевание рынка	атакующая	формирование представления о товаре; большие затраты на рекламу; максимальное использование возможностей цен
Рост	«звезды»	распространение на рынке	атакующая	формирование преобладающего отношения к товарной марке; товарораспределение по каналам массового сбыта
Зрелость	«дойные коровы»	сохранение своей доли рынка	оборонительная	закрепление преобладающего отношения к товарной марке; сегментация рынка; углубление ассортимента
Спад	«собаки»	выход с рынка	отступление	выборочное влияние; низкие затраты на маркетинг

Стратегия атакующая (наступления) предполагает активную, агрессивную позицию предприятия на рынке и преследует цель завоевать и расширить рыночную долю. Использование атакующей стратегии целесообразно в некоторых случаях:

- доля на рынке ниже необходимого минимума или в результате действий конкурентов резко уменьшилась и не обеспечивает достаточного уровня;
- выведение нового товара на рынок;
- фирмы-конкуренты теряют свои позиции и появляется реальная возможность при относительно небольших затратах увеличить рыночную долю [5].

Оборонительная или удерживающая стратегия предусматривает сохранение своей доли рынка и удержание своих позиций на рынке. Она может быть использована при следующих условиях:

- удовлетворительная позиция предприятия, в случае недостатка средств для проведения атакующей стратегии;
- предприятие опасается осуществлять атакующую стратегию из-за возможных сильных ответных действий со стороны конкурентов [6].

Стратегия отступления используется в отношении, например, технологически устаревших товаров, когда предприятие идет на снижение рыночной доли. Эта стратегия предусматривает постепенное сворачивание операций и ликвидацию бизнеса [7].

Правильно выбранная стратегия поможет предприятию при решении стратегических проблем. Когда предприятие имеет значительную долю товаров высокого риска, то ему следует пересмотреть свой товарный портфель. Когда расчет суммы риска показывает, что непредвиденные расходы предприятия выше, чем доходы, то предприятию следует выбрать одну из маркетинговых стратегий в области риска: предсказание, избежание, принятие риска.

Стратегия предсказания риска – это достаточно эффективное средство уменьшения риска. Предприятиям необходимо определить средство предвидения риска:

сокращение расходов, повышение конкурентоспособности товаров, повышение производительности труда. Стратегия избежания риска означает необходимость уклонения от чрезмерно рискованных мероприятий [8].

У предприятия есть возможность принятия риска разного уровня, что зависит от типа предприятия, размера складской и торговой площади, наличия оборотных средств.

Торговым предприятиям следует создавать страховые остатки товаров для компенсации этих колебаний, для снижения степени риска. Однако следует также учитывать и отрицательное влияние остатков на финансовое состояние предприятия, поскольку в остатках предприятия фактически замораживают долю средств, исключив их из обращения. Чрезмерные остатки требуют больших затрат. Поэтому для различных типов торговых предприятий возможность принятия риска определенного уровня будет разной.

Таким образом, в условиях рыночных отношений, когда окружающая среда постоянно меняется, когда потребитель становится более требовательным к товарам и услугам, торговое предприятие должно использовать стратегический маркетинговый подход ко всей деятельности, в частности к товарной политике. Не меньшую значимость следует придавать риску, который сопровождает деятельность предприятия, в частности относительно товаров. Правильно оцененный риск и обоснованная стратегия по его предупреждению – один из элементов успеха торгового предприятия.

Литература/источники:

1. Бургун Н.В. Маркетинговая стратегия и ее роль в развитии организации // Управление и экономика в XXI веке. – 2017. – № 2. С. 25 – 29.
2. Федько В.П. Товарная политика организации.- М.: Питер, 2018. – 981 с.
3. Гриднев Е.С. Применение матрицы БКГ при разработке стратегии предприятия // Вестник Камчатского государственного технического университета – 2010. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-matritsy-bkg-pri-razrabotke-strategii-predpriyatiya/viewer> (Дата обращения: 17.03.2020)
4. Армстронг Г. Основы маркетинга. – М.: Вильямс И.Д., 2019. – 752 с.
5. Каплан Р., Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию / Пер. с англ. М. Павлова. - М.: Олимп-Бизнес, 2017. – 416 с.
6. Основы маркетинга: Практикум / Под ред. Дайитбегова Д.М., Синяевой И.М.. – М.: Вузовский учебник, 2018. – 318 с.
7. Рубин Ю.Б. Тактические модели и операции в конкуренции // Современная конкуренция. – 2015. Т.9. – № 3 (51). С. 82 – 141.
8. Кирюшкин В.Е. Основы риск-менеджмента. – М.: Анкил, 2017. – 132 с

Картунчикова Виктория Алексеевна,
студентка 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
viktoriya1999k329@gmail.com

Шарохина Светлана Владимировна,
научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. В статье проанализирована сущность и содержание мотивации как важнейшей составляющей в системе развития предприятия. Мотивация и стимулирование труда рассматриваются как процесс побуждения мотивов работников

и создания стимулов для их активации к эффективной трудовой деятельности на основе потребностей.

Ключевые слова: *мотивы, мотивация, стимулирование, управление, трудовая деятельность, предприятие.*

В быстро меняющейся экономике при возрастающей конкурентной борьбе важным фактором формирования успешно развивающегося предприятия является соотношение цены и качества товара. С развитием современной экономики наряду с материальным фактором существенное значение имеют моральные ценности и социальные привилегии. Развиваются и материальные методы стимулирования работников [1].

Вопросы, связанные с мотивацией на предприятии, являются главной составляющей управления предприятием, от их решения будет зависеть эффективность работы предприятия, поскольку именно заработная плата служит важнейшим стимулом рационального использования труда.

Основным средством достижения эффективного использования трудовых ресурсов на предприятиях была и остается мотивация труда персонала [1]. Грамотно построенный на предприятии процесс мотивации труда позволяет менеджерам добиться максимальной отдачи от имеющихся трудовых ресурсов, обеспечить рост производительности труда и повысить прибыльность предприятия. Эффективность любой мотивационной модели можно проверить только путем ее апробации на практике.

Трудовая деятельность человека обусловлена взаимодействием внешних и внутренних побудительных факторов. Внешние побудительные факторы являются составляющими трудовой активности и оказывают непосредственное влияние на поведение работников в трудовой деятельности. Внутренние побудительные силы – это желания, интересы, побуждения, стремления, ценности и мотивация человека. Именно внутренние побудительные факторы, способствующие трудовой активности работника, составляют сущность мотивации и стимулирования работников к труду [2].

Любое действие человека обусловлено той или иной реально существующей потребностью, которая служит стимулом трудовой деятельности. Потребность – это нужда в чем-либо, необходимое условие поддержания жизнедеятельности и формирования индивида или социальной общности. Касательно трудовой мотивации, отличительной чертой потребностей является то, что они становятся внутренними побудителями и регуляторами трудового процесса только тогда, когда осмысливаются работником [3].

Французское слово «мотив» произошло от латинского слова «двигаю». Мотив – это то, что побуждает человека к деятельности, ради чего она осуществляется. Мотивация – это побуждение людей к деятельности для достижения поставленной цели и задач. Мотивы человека объясняют и обосновывают его поведение. Как правило, человеческая деятельность обоснована одновременно рядом мотивов. Мотивация трудовой деятельности формируется у человека до момента его профессиональной трудовой активности в процессе освоения им моральных и этических норм и ценностей трудовой деятельности, а также путем личного участия в труде еще в семье и школе. В процессе этого формируются основы взглядов на труд, вырабатываются трудовые качества, закладываются первоначальные трудовые навыки. Требования практической реальности обуславливают конкретные мотивы, которые в отличие от ценностных ориентаций, определяющих смысл и перспективные цели труда, предопределяют в главном выбор пути и способа достижения поставленных целей.

Стимул – это побудительное основание, интерес в совершении какого-либо действия. Имеется разнообразное количество стимулов, которые можно классифицировать в соответствии с потребностями, направленностью и интересами.

Стимулирование труда – это, прежде всего, побуждение работников к наиболее эффективному выполнению своих обязанностей с максимальным использованием трудового потенциала, заложенного в каждом работнике. Стимулирование является

методом прямого воздействия на трудовую активность работника с помощью внешних факторов – стимулов и мотивов, призванных обеспечить целенаправленное поведение человека посредством ограничения или улучшения возможности удовлетворения потребностей.

Среди функций стимулирования труда можно выделить четыре основные: экономическую, нравственную, социальную, воспитательную.

Смысл экономической функции заключается в содействии повышенной эффективности производства, выражающейся в увеличении производительности труда и качества производимой продукции. Нравственная функция определяется формированием с помощью стимулов к труду активной жизненной позиции, высоконравственного общественного климата в обществе, при обеспечении правильной и обоснованной системы стимулов с учетом традиций и накопленного исторического опыта. Социальная функция предусматривает формирование социальной структуры общества путем различного уровня доходов, который в большой степени зависит от воздействий стимулов и мотивов на людей различных категорий. Воспитательная функция отражает вклад стимулирования в формирование трудовой морали работников [8].

Главная задача стимулирования заключается в интенсификации процесса преобразования потребностей в мотивы, которые активизируют деятельность человека и трансформируют в нее имеющиеся в сознании предписания [6].

Опыт развитых стран показывает, что от частоты стимулирования зависит, насколько часто будут воспроизводиться нужные действия, а под влиянием стимулов определяется продолжительность времени их действия.

Стимулирование может выражаться в нескольких видах [4]:

1. Актуальное, осуществляемое посредством заработной платы, и перспективное, создающее условия для карьерного роста.
2. Дифференцированное, то есть воздействие одного и того же стимула на разные аспекты деятельности по-разному, и недифференцированное, при котором всякая цель требует особого стимулирования.
3. Жёсткое, основанное на принудительной склонности людей к установленным действиям. Примером может послужить сдельная заработная плата. Целью является принуждение к выполнению большего и лучшего, чем это установлено поручениями.
4. Мягкое, что основано на внешней склонности к деятельности. Например, социальный пакет, как его инструмент, который в современной России часто может иметь намного большее значение, чем выраженная в денежной форме заработная плата.

Понятия «мотивы труда» и «стимулы труда» тождественны. В первом случае речь идет о работнике, который стремится приобрести блага путем труда, во втором случае речь идет об органе управления, который обладает набором благ, требующихся работнику, и предоставляет ему их при условии эффективного выполнения поставленной задачи. Стимулирование труда предусматривает формирование условий, при которых активная трудовая деятельность, приносящая установленные, заранее закрепленные результаты, служит необходимым и достаточным условием удовлетворения существенных и социально определенных потребностей работников [5].

Система мотивации и стимулирования труда должна основываться на определенной базе – нормативном уровне трудовой деятельности [7]. Работники должны понимать, какие требования будут к ним предъявляться, какое вознаграждение они получают при их обязательном соблюдении, какие меры будут применены в случае их несоблюдения. Стимулирование труда является эффективным только тогда, когда органы управления добиваются и поддерживают тот уровень работы, который оплачивают. Цель стимулирования – не вообще побудить человека работать, а побудить его делать лучше то, что обусловлено трудовыми отношениями.

Таким образом, одним из важнейших принципов стимулирования труда является сочетание материального, морального и социального стимулирования. Необходимо

также отметить, что система стимулирования труда как одна из составляющих системы мотивации работников будет эффективна только тогда, когда работники будут получать справедливую рыночную заработную плату, на размер которой работник влияет самостоятельно, в соответствии с достигнутым им результатом работы. Система мотивации на предприятии должна четко определять свои цели, устанавливать виды стимулирования в соответствии с достигаемыми результатами, определять систему оценки, период и сроки выплат вознаграждения. Любые виды стимулирования должны быть целевыми и гласными, потому что ожидать от сотрудников улучшения эффективности и качества выполняемой работы можно только тогда, когда они знают, что их труд оплачивается справедливо.

Литература/источники:

1. Артюхова И.В. Совершенствование системы управления персоналом в рамках развития предприятия / И.В. Артюхова, И.В. Мезенцева // Экономика Крыма. – 2019. – № 1. С. 396-399.
2. Баженов С.В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности // Интернет-журнал «Науковедение». -2018. Том 7, – № 4. С. 84-85
3. Волгогонова, О.Д., Зуб А.Т. Управленческая психология: Учебник. – М.: ИД «Форум»; НИЦ «Инфра-М». – 2019. – 352 с.
4. Галимова, А.Ш., Закирова Д.Р. Заработная плата как фактор мотивации к труду // Приоритетные направления развития науки. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа: научный центр «Аэтерна». – 2018. – С. 75-78.
5. Когдин А.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности в управлении персоналом // Основы экономики, управления и права. – 2019- № 4 (4). С. 80-83.
6. Сорочайкин А.Н. Информационное общество и теория управления персоналом // Основы экономики, управления и права. – № 1(1). 2018. С. 121-125.
7. Фахрутдинова Е.В. Качество свободного времени как показатель оценки качества жизни населения // Экономические науки. – 2018. – № 12 (109). С. 80-83.
8. Шубина Н.А. Материальное и нематериальное стимулирование труда: организационный опыт и общественное мнение // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XXIII междунар. студ. науч.-практ. конф. – 2014. – № 8(23). С. 267-269.

Картунчикова Виктория Алексеевна,
студентка 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
viktoriya1999k329@gmail.com

Пудовкина Ольга Евгеньевна,
научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olechkasgeu@mail.ru

МОДЕЛИРОВАНИЕ АЛГОРИТМА ЭФФЕКТИВНОГО ВЫБОРА МАРКЕТИНГОВОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ

Аннотация. В статье актуализируется проблема рационального выбора инструментов маркетинга с целью усиления конкурентных преимуществ компании на рынке. Приводится экономико-математическая обоснованная модель выбора маркетингового инструментария, синергически воздействующего на развитие основных ключевых факторов успеха целевого рынка компании, учитывающего ее внутренний потенциал, состояние ее внешнего окружения и позволяющего укрепить

конкурентную позицию компании на рынке.

Ключевые слова: конкурентное преимущество, ключевой фактор успеха (КФУ), системный подход, ситуационный подход, синергетическая модель выбора маркетингового инструментария, теория игр, оптимальный набор маркетинговых инструментов.

В последние годы все более заметным и активным становится развитие процессов международной конкуренции, интеграции и кооперации. Это послужило фундаментом для формирования определенного проблемного поля, имеющего отношение к современному состоянию российских компаний. Следует отметить радикальное негативное расхождение уровня и качества конкурентных преимуществ на целевых рынках большинства отечественных компаний и их иностранных конкурентов, что в значительной мере обусловлено неэффективностью выбора маркетинговых инструментов и методов, которые могли бы способствовать целенаправленному развитию ключевых факторов успеха (КФУ) на рынке и соответствовали внутренним и рыночным возможностям предприятия. Следует также отметить, что в процессе рационального выбора маркетингового инструментария возникает ряд сложностей, поскольку практически отсутствуют конкретные алгоритмы и модели, описывающие его этапы. Также многие компании не могут четко выделить КФУ, свойственные их целевому рынку, что, естественно, затрудняет корректный выбор маркетинговых инструментов и делает его практически невозможным. Данная статья посвящена проблеме поиска эффективного алгоритма выбора инструментов и методов маркетинга.

Установлено: в решении проблематики правильного выбора маркетингового инструментария для конкретного предприятия наиболее продуктивным является синтез системного и ситуационного подходов. Для обоснования данного положения необходимо определить суть системного и ситуационного подходов. Под системным подходом будем понимать методологию исследования, в основе которой лежит восприятие объекта как целостного множества элементов в совокупности отношений и связей между ними. При выборе этого подхода, позволяющего рассматривать предприятие как систему, состоящую из взаимосвязанных элементов и стремящуюся к достижению определенных целей, необходимо руководствоваться его базовыми принципами: целостностью, иерархичностью строения системы, структуризацией и множественностью. Соотношение данных принципов и главного допущения системного подхода, согласно которому все в мире взаимосвязано за счет взаимодействия систем, демонстрирует возможность эффективно построить деятельность предприятия с ориентацией на долгосрочную перспективу путем упорядочивания, координации и достижения баланса элементов внутри и вне системы. Следует отметить, что системный подход помогает связать все контуры управления предприятием и на основе поставленной цели выбрать идеальный комплекс инструментов и методов маркетинга [4].

В силу того, что применение системного подхода не столь эффективно без учета ситуации, т.е. конкретного набора обстоятельств, которые оказывают влияние на предприятие в данное время, доминирующую роль играет ситуационный подход. Данный подход, как и системный, не является простым набором предписываемых руководств, это способ осмысления организационных проблем и решений. В целом ситуационный подход можно представить как попытку связать конкретные приемы и концепции с определенными ситуациями для наиболее эффективного достижения целей предприятия [5].

При использовании ситуационного подхода сначала необходимо определить значимые переменные ситуации и то, как они влияют на эффективность развития предприятия на рынке. Среди переменных, наиболее важных для определения положения компании, можно выделить специфику отрасли, размер предприятия, его организационно-правовую форму, этап жизненного цикла, инфраструктуру, целевую аудиторию, конкурентную среду, экономические, политические, социальные и правовые

факторы, возможности и угрозы внешней среды, сильные и слабые стороны предприятия, его ключевые компетенции и конкурентные преимущества, стиль руководства, общие ценности и корпоративную культуру. Особо значимым вопросом в рамках данного подхода является выявление и четкое определение КФУ целевых рынков предприятия на основе масштабных маркетинговых исследований.

Следует отметить, что нет двух совершенно одинаковых предприятий и тем более рынков, поэтому актуальной является теория ситуационности, утверждающая, что не может быть единственного универсального набора принципов, инструментов и методов, одинаково эффективных всегда и везде. В связи с этим целесообразно подчеркнуть, что логически обоснованной представляется невозможность предложить жестко детерминированный стандартизированный алгоритм пошаговых действий по корректному выбору инструментов и методов маркетинга, т.к. при осуществлении подобной процедуры необходимо учитывать специфику каждого конкретного предприятия.

В данном случае необходима гибкая интегрированная модель достижения синергического эффекта для выбора наиболее адекватной для исследуемой ситуации системы маркетингового инструментария, позволяющей положительно воздействовать на развитие КФУ целевого рынка и укрепить конкурентные преимущества компании. Под синергическим эффектом разработанной модели следует понимать комбинированное воздействие двух или более ее факторов, которое существенно превосходит эффект каждого отдельно взятого компонента и сумму таких эффектов. Необходимо помнить, что для достижения результата систематизация необходима не только в вопросах анализа факторов внутренней и внешней среды компании, но и в понимании менеджерами и маркетологами сущности маркетингового инструментария. Общеизвестно, что целью маркетинговых инструментов является создание условий, помогающих приспособить производство к общественному спросу и требованиям рынка, разработать систему мероприятий по изучению рынка, интенсификации сбыта, повышению конкурентоспособности товаров с целью полного удовлетворения клиентов и получения максимальных прибылей. Можно выделить следующие сферы приложения инструментария маркетинга: выбор целевых рынков и их сегментирование; исследование, анализ и оценка потребностей реальных и потенциальных потребителей продукции предприятия; анализ, оценка и прогнозирование состояния и развития рынков, на которых оперирует или будет оперировать предприятие, включая исследование деятельности конкурентов; формирование ассортиментной политики; разработка ценовой политики; продвижение товара; сбыт продукции и услуг; организация маркетинговых коммуникаций с потребителем; планирование и анализ эффективности маркетинговой деятельности [3].

Важно отметить, что в настоящее время инструменты и методы маркетинга часто рассматривают разрозненно, без использования каких-либо классификационных параметров. Иными словами, существует широкая дифференциальная линейка групп инструментария, например, инструменты ATL- и BTL-маркетинга, инструменты маркетинговых исследований, ценообразования, рекламы и PR, однако на практике редко встречается систематизированное видение всех контуров маркетинга в едином комплексе.

В табл. 1 приведен пример инструментов, распределенных по элементам структуры холистического маркетинга, предложенной Ф. Котлером [2]. Подобная систематизация инструментария является одним из базисов его эффективного выбора, т.к. позволяет описать функциональные особенности и возможности каждой из выделенных групп. Далее рассмотрим более детально все этапы предлагаемой модели выбора маркетингового инструментария. Для начала необходимо провести комплексный анализ сферы управления маркетингом в компании, используя следующий перечень методик: оценка привлекательности рынка, оценка уровня конкуренции в отрасли, построение модели конкуренции М. Портера, PEST-анализ, SNW анализ, оценка конкурентной силы предприятия по степени обладания КФУ, экспресс-анализ ориентации

на потребителя, оценка удовлетворенности клиентов, оценка имиджа предприятия, оценка уровня организации маркетинга на предприятии.

Таблица 1 – Маркетинговые инструменты по Котлеру

Концепция холистического маркетинга			
Интегрированный маркетинг	Маркетинговые коммуникации	Внутренний маркетинг	Социально ответственный маркетинг
<ul style="list-style-type: none"> ■ Маркетинговое исследование ■ Ассортиментная политика ■ Ценообразование ■ Дифференцирование ■ Каналы сбыта 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Реклама ■ Связи с общественностью ■ Директ-маркетинг ■ Sales promotions ■ Экспо-маркетинг 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Проектирование организационной структуры ■ Моделирование бизнес-процессов ■ Система внутренних коммуникаций ■ Мотивация персонала ■ Маркетинг персонала 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Эко-маркетинг ■ Спонсорство ■ Гуманистический маркетинг ■ Натуральный маркетинг ■ Этический маркетинг

Большинство из предложенных методик основываются на экспертных суждениях и оценках и благодаря специализированным источникам (электронные ресурсы, научные издания) имеют рекомендации по применению, доступные для массового использования.

В процессе SWOT-анализа следует экспертным путем сгенерировать как можно большее число стратегических решений по развитию конкурентных преимуществ компании по всем возможным комбинациям обозначенных позиций: использование «силы» для реализации «возможностей», использование «силы» для устранения «угроз», преодоление «слабости» за счет выявления «возможностей», избавление от «слабостей» и предотвращение «угроз».

Определившись с набором решений, необходимо сформировать портфель маркетинговых инструментов, потенциально соответствующих запросам реализации данных разработанных решений.

На следующем этапе необходимо оценить возможность и адекватность применения предлагаемых инструментов и методов маркетинга в социально-экономических условиях предприятия.

С этой целью предлагается задействовать метод анализа иерархий (МАИ), разработанный Т. Саати, который основан на использовании методов матричной алгебры и является эффективным (как подтверждает практика его применения) при принятии решений на основе формализованных и неформализованных факторов.

Далее необходимо рассмотреть предлагаемый алгоритм МАИ, адаптированный к синергетической модели выбора маркетингового инструментария. В качестве факторов, на основе которых будут сравниваться инструменты маркетинга, были выделены сильные и слабые стороны предприятия, возможности внешней среды и ее угрозы, затраты на внедрение инструментария.

Вначале необходимо построить матрицу парных сравнений факторов, суть которой заключается в том, что эксперты предприятия должны ранжировать эти факторы на основе ситуационного подхода и определить, что в данный момент является более приоритетным для развития конкурентных преимуществ компании при выборе инструментов маркетинга: наиболее полное использование потенциала сильных сторон предприятия; комплексная нейтрализация слабых сторон; комплексный учет и использование возможностей внешней среды; уклонение от угроз внешней среды; сила воздействия на развитие мультипликативных зон эффективности; стоимость внедрения.

При парном сравнении факторов используются термины доминирования одного элемента над другим. Эти суждения в шкале МАИ выражаются в целых числах. Если, например, элемент «сильные стороны» доминирует над элементом «слабые стороны», то клетка квадратичной матрицы, соответствующая строке «сильные стороны» и столбцу «слабые стороны», заполняется целым числом, а клетка, соответствующая строке «слабые стороны» и столбцу «сильные стороны», – обратным к нему числом.

Если «сильные стороны» и «слабые стороны» эквивалентны, т.е. эксперты компании видят необходимость как в комплексном использовании сильных сторон деятельности предприятия, так и в нейтрализации слабых, тогда и той, и другой позиции присваивается единица

Далее необходимо построить вектор приоритетов факторов. Для этого следует разделить элементы каждого столбца матрицы на сумму элементов этого столбца, т.е. нормализовать столбец, а затем сложить элементы каждой полученной строки и разделить эту сумму на число элементов в данной строке. Важно отметить, что обязательным условием для проверки точности вектора приоритетов является расчет показателей согласованности, к которым относятся: приближенная оценка главного собственного значения матрицы суждений λ_{max} , индекс согласованности, случайный индекс, отношение согласованности.

На последнем этапе для применения модели выбора инструментов маркетинга необходимо обеспечить условие ее синергичности. Необходимо заметить, что наиболее рациональным подходом к принятию окончательного решения по формированию синергетической модели выбора инструментов маркетинга является использование критерия Лапласа, который обеспечит эффект синергии, и критерия Сэвиджа для проверки качества результата. Полученный набор инструментов будет являться оптимальным маркетинговым инструментарием для укрепления конкурентных преимуществ предприятия на рынке. Однако необходимо оценить качество достигнутого результата и риск наличия упущенных возможностей при помощи критерия Сэвиджа, методика которого была адаптирована к синергетической модели выбора маркетингового инструментария.

При рациональном применении синергетической модели выбора маркетингового инструментария полученный результат по критерию Сэвиджа должен совпасть с результатами отбора вариантов по критерию Лапласа. Если по данному аспекту наблюдается значительный дисбаланс, то целесообразнее будет пересмотреть все этапы применения модели.

Таким образом, в результате применения предлагаемой синергетической модели может быть выбран оптимальный маркетинговый инструментарий, полностью соответствующий внутренней специфике компании, состоянию ее внешнего окружения и позволяющий обоснованно воздействовать на процесс достижения и развития КФУ, укрепления конкурентных преимуществ компании на рынке.

Литература/источники:

1. Григорчук А.В. Методы оценки конкурентной позиции и конкурентных преимуществ предприятий / А.В. Григорчук // Научно–практические исследования. – 2017. – № 8 (8). – С. 27–31.
2. Ефимова С.А. Маркетинговое планирование. М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2018. С. 122
3. Завьялов, П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие/П. С. Завьялов. -М.:ИНФРА-М, 2017. -496 с.
4. Кирильчук С.П. Экономика предприятия. Практикум : учеб. пособие для академического бакалавриата / С. П. Кирильчук [и др.] ; под общ. ред. С. П. Кирильчук. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 517 с.
5. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / А. В. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 595 с.

Кашмин Максим Дмитриевич

студент 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
kachmin.98@mail.ru

Пудовкина Ольга Евгеньевна,

научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olechkasgeu@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ КАПИТАЛЬНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, связанные с организацией управления рисками инвестиционных проектов. Данная проблема имеет существенное значение для российских компаний. Автор предлагает рассматривать управление рисками инвестиционной деятельности как непрерывный процесс, реализуемый на всех стадиях инвестиционного проекта. В статье приведены справочные материалы, которые могут быть использованы при внедрении инструментов управления рисками инвестиционных проектов, а также рассмотрены ключевые организационные аспекты этого процесса.

Ключевые слова: управление рисками, стадии проекта, риски проекта, внутренний контроль.

Для компаний, реализующих инвестиционные проекты в области капитального строительства, вопросы соблюдения исходных параметров проекта являются без преувеличения объектом максимального внимания. Превышение сметных затрат, затягивание сроков поставки оборудования и выполнения работ подрядчиками, несанкционированная замена материалов, используемых при строительстве, завышенные объемы и низкое качество работ, проблемы с получением соответствующих разрешений в надзорных органах – лишь малый перечень сложностей, с которыми сталкивается заказчик в ходе реализации инвестиционных проектов.

Проблемы, возникающие в ходе реализации проекта, относятся ко многим областям, связанным с проектным управлением, но в то же время они непосредственно связаны с тем, как организован процесс управления рисками. Когда говорят об управлении рисками инвестиционных проектов, в том числе реализуемых в форме капитального строительства, речь идет в основном о проведении факторного анализа проекта, применении метода Монте-Карло и расчете влияния рисков на ключевые параметры проекта – NPV, IRR. Иногда вычисляют такие показатели, как RAROC (Risk-Adjusted Return On Capital) и/или RORAC (Return On Risk Adjusted Capital). При этом функция риск-менеджера воспринимается как некая кабинетная работа по построению моделей оценки рисков, а также организационная деятельность по сбору входящей информации от экспертов для применения в моделях. Работа непосредственно в инвестиционном проекте, проведение идентификации рисков, включая методы технического контроля, при данном подходе не предполагаются.

Однако, на взгляд автора, такой подход эффективен на стадии принятия решения о запуске проекта. В том случае, когда проект уже реализуется, он не работает. Причина проста и заключается в реалиях бизнеса: дело в том, что решение о реализации проекта, особенно капиталоемкого или технологически сложного, принимается долго и сложно (безусловно, с поправкой на стратегию компании). Решение об отмене

проекта принимается еще сложнее и дольше либо не принимается вообще, если пройдена «точка невозврата». При этом оценка рисков проекта в виде расчетов отклонений NPV, IRR если и принимается к сведению, то проигрывает в практичности более близким к реальности аргументам менеджеров проекта, которые, как правило, выступают за продолжение его реализации.

Подход, который предлагает автор в настоящей статье, отличается от распространенного понимания управления рисками инвестиционных проектов. Он был успешно апробирован на практике инвестиционной деятельности одной из крупнейших энергетических компаний России.

Суть подхода коротко может быть охарактеризована двумя тезисами:

1) инвестиционный проект должен рассматриваться как самостоятельный объект для применения всех процедур управления рисками на протяжении всего его жизненного цикла;

2) максимально эффективно деятельность по управлению рисками проекта можно построить, если сочетать функции риск-менеджмента и внутреннего контроля.

В рамках этих тезисов риск-менеджер должен обеспечить выполнение следующих условий:

- своевременная, полная идентификация и объективная оценка рисков;
- высокий уровень вовлеченности менеджмента в процессы управления рисками;
- формирование и контроль применения инструментария по снижению рисков [2].

Ниже мы рассмотрим процесс управления рисками инвестиционных проектов по этапам его реализации применительно к стадиям проекта.

Этап 1. Построение модели учета влияния рисков на эффективность проекта

Первый этап является наиболее исследованной и применяемой на практике частью процесса управления рисками инвестиционной деятельности. В рамках данного этапа проводится анализ финансово-экономической модели (ФЭМ) оценки эффективности проекта на предмет полноты ее входных параметров. Эта работа осуществляется риск-менеджером совместно с кругом привлеченных экспертов, обладающих ключевыми компетенциями в соответствующих областях.

Как правило, набор входящих параметров ФЭМ относительно постоянен: это размер инвестиций, срок реализации проекта, объем и стоимость производимой продукции, стоимость заемного капитала, ставка дисконтирования и т.д. Однако экспертиза входных параметров может показать их недостаточность и необходимость включения в ФЭМ дополнительных параметров оценки.

После формирования законченного перечня параметров ФЭМ производится расчет показателей проекта. Как правило, эту задачу выполняют подразделения инвестиционного или финансово-экономического блока компании.

Этап 2. Предварительная идентификация рисков проекта

На данном этапе риск-менеджер формирует перечень типовых рисков, соответствующих как отдельным фазам проекта, так и проекту в целом. При формировании перечня рисков риск-менеджер задействует максимально широкий круг экспертов – это позволяет избежать включения в перечень нехарактерных для проекта рисков, с одной стороны, и не упустить важные риски, с другой.

Кроме того, при формировании перечня рисков с каждым риском эксперт сопоставляет соответствующий параметр ФЭМ, т.е. определяются параметры проекта, на которые влияет тот или иной риск. Перечень типовых рисков является важным инструментом, которым риск-менеджер будет оперировать на протяжении своей деятельности в проекте.

Этап 3. Предварительная оценка рисков проекта

На данном этапе результаты расчетов по ФЭМ проекта должны быть дополнены оценкой влияния рисков. Для проведения оценки рисков проекта и их влияния на эффективность проекта риск-менеджер:

- проводит сбор данных от экспертов о величине возможного влияния рисков на входные параметры ФЭМ (в натуральных значениях единиц оценки параметров);
- агрегирует оценки влияния рисков на параметры ФЭМ и исключает из рассмотрения те, которые коррелируют друг с другом;
- на основе агрегированных значений рисков определяет диапазоны возможных отклонений входных параметров ФЭМ, а также проводит количественный расчет тех рисков, в отношении которых существуют и применимы методики количественной оценки (валютный, процентный риск и т.д.);
- проводит факторный анализ влияния отклонений параметров на эффективность проекта [1].

Очевидно, что на этапе предварительной оценки рисков эксперты могут испытывать затруднения с определением степени влияния риска на соответствующий параметр ФЭМ. В этом случае влияние риска принимается равным 0.

Информацию об оценке влияния рисков на проект представляет риск-менеджер на этапе рассмотрения материалов по проекту с целью ее учета при принятии решения о целесообразности запуска данного проекта.

В случае принятия положительного решения о старте проекта в отношении него реализуется весь комплекс мер по управлению рисками:

- идентификация рисков;
- оценка рисков;
- выработка мероприятий по снижению рисков и контроль их проведения [3].

Важно отметить, что процесс управления рисками на инвестиционной стадии проекта является более сложным и трудоемким, нежели на прединвестиционной (рис. 1).



Рис. 1. Функции подразделения риск-менеджмента

Таким образом, представленный в настоящей статье подход, являясь по своей сути ноу-хау в области управления, возможно, в значительной степени отличается от тех процедур управления рисками, которые приняты в большинстве российских компаний. Очевидно, что не всегда возможно внедрить его в практику компаний в том

виде, как он представлен здесь. Однако при любом сочетании методов и организационных мероприятий важно обеспечить соблюдение двух ключевых тезисов, упомянутых в начале этой статьи: управление рисками в течение всего жизненного цикла проекта, а также включение в процедуры управления рисками элементов системы внутреннего контроля.

Литература/источники:

1. Вяткин, В.Н. Риск-менеджмент: учебник / В.Н. Вяткин, В.А. Гамза, Ф.В. Маевский. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 353 с.
2. Ермасова, Н.Б. Риск-менеджмент организации: Учебно-практическое пособие / Н.Б. Ермасова. – М.: Дашков и К, 2016. – 380 с.
3. Кирюшкин, В.Е. Основы риск-менеджмента в строительстве / В.Е. Кирюшкин. – М.: Анкил, 2017. – 132 с
4. Кудрявцев, А.А. Интегрированный риск-менеджмент: учебник / А.А. Кудрявцев. – М.: Экономика, 2017. – 655 с.

Кашмин Максим Дмитриевич

студент 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
kachmin.98@mail.ru

Пудовкина Ольга Евгеньевна,

научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olechkasgeu@mail.ru

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ

Аннотация. *В данной статье рассмотрены ключевые факторы эффективности системы управления знаниями. Автор раскрывает суть управления знаниями как системы, обосновывает роль и функции лидерства в ней, а также принцип управления, основанный на командной работе, как базовые условия управления не только информацией, но и знаниями в современных российских компаниях.*

Ключевые слова: *управление знаниями, организационная культура, лидерство, команда и командная работа.*

В условиях ужесточения экономического соревнования компании стремятся создать и развить свои корневые компетенции посредством расширения продуктовой линейки, интеллектуальной собственности в виде патентов, ноу-хау, брендов – всего того, что определяет наличие конкурентных преимуществ перед другими компаниями. В экономике знаний ключевым источником конкурентных преимуществ являются знания, однако сами по себе они не создают выгод – для этого компания должна обрести способность управлять ими. Именно управление знаниями является основным фактором долгосрочного успеха и инновационного развития.

Большинство организаций предпринимают те или иные попытки наладить систему управления знаниями, однако далеко не все достигают в этом успеха. Причин тому много, у каждой компании они свои, но основная и типичная, на взгляд автора, заключается в непонимании феномена знания и уповании преимущественно на информационные технологии, а также в отсутствии у руководства высшего звена готовности признать необходимость изменить идеологию управления, включая принципы и

подходы к управлению человеческими ресурсами, для построения эффективной системы управления знаниями [4].

Управление знаниями не является синонимом управления информацией, оно требует особых компетенций от менеджмента и другого персонала. Система управления информацией – только составная часть системы управления знаниями. Важным фактором успеха управления знаниями является инновационная организационная культура, «воспроизводящая» лояльных сотрудников и атмосферу вовлеченности, стимулирующая не- прерывное обучение и развитие персонала. Создание и эффективное применение новых знаний – результат интеллектуальной деятельности не одинок, а коллективов единомышленников. Данная статья посвящена аспектам управления, от которых зависит построение и успешное функционирование системы управления знаниями в компании.

На сегодняшний день многие рядовые сотрудники и даже руководители российских компаний отождествляют понятия «знание» и «информация» в силу того, что последние тесно связаны.

Однако в контексте управления знаниями между ними существуют принципиальные отличия: информация состоит из данных, организованных так, чтобы охарактеризовать определенную ситуацию, условия или явление, а знание состоит из фактов, ожиданий и концепций, ментальных моделей, истин и убеждений, ожиданий и ноу- хау [3]. Информация используется для определения содержания ситуации, ее получают в результате применения знаний к описанию и объяснению конкретных явлений, а знание является ключом к оценке ситуации и принятию решений, планированию и действию, поэтому управлять знаниями гораздо сложнее, чем информацией.

Упрощенное представление о знании как о синониме информации приводит большинство менеджеров к ущербному алгоритму, к управлению знаниями как базой данных, в то время как передовые компании в лице своих лидеров рассматривают знание как формализованную и неформализованную информацию, управление которой требует различных и более совершенных технологий. Так, И. Нонака, описывая японский подход к управлению знаниями и инновациями, подчеркивает: «Создание нового знания не ограничивается механистической переработкой объективной информации. Скорее, оно зависит от скрытых воззрений, ощущений и смутных догадок каждого сотрудника. Кроме того, для создания нового знания необходимо иметь возможность проверить и использовать субъективные взгляды, догадки и озарения работников всей компании.

Ключ к данному процессу – личная приверженность, чувство сопричастности сотрудников компании к ее инициативам и миссии» [2, с. 30]. Именно данный подход позволил осуществить прорывные инновации компаниям Honda, Canon, NEC, Sharp, Kao, Matsushita. Без лидерских технологий наладить управление знаниями невозможно. Только лидеры обладают компетенциями в тонкой сфере индивидуального и коллективного сознания, поэтому встраивание лидерских технологий в систему управления информацией позволяет компаниям управлять знаниями.

Создание системы управления знаниями – это ответ менеджмента на вызовы современной бизнес-среды, такие как постоянное усложнение задач, стоящих перед персоналом, и увеличение объема информации. Система управления знаниями призвана помочь компании развивать корневые компетенции, создавать новые продукты и услуги на уровне мировых стандартов, реализовывать инновационные стратегии в целом и с оптимизмом реагировать на вызовы среды. Важными элементами системы управления знаниями являются люди, процессы и технологии.

Самым важным элементом в системе управления знаниями является работа с персоналом, в первую очередь с носителями критически важных для компании и ее стратегии знаний. В связи с этим система управления должна быть нацелена на решение совокупности задач по выявлению носителей таких знаний, оценку рисков потери последних, составление концептуальных карт знаний и компетенций, кодификацию знаний и их передачу преемникам.

Неотъемлемым элементом системы управления знаниями является управление процессами их создания и распространения. Характеристика процесса управления знаниями, его зрелости, регламентации, наличия и взаимосвязи его необходимых этапов (например, экспертной оценки нового знания) во многом определяет эффективность системы. Процесс управления знаниями предполагает внедрение передовых информационных технологий для управления информационными потоками и интегрированного доступа к электронным ресурсам, корпоративным знаниям, для разработки и функционирования корпоративных порталов и сервисов, а также корпоративного центра управления знаниями.

В систему управления знаниями также входят применяемые в компании технологии управления знаниями:

- технологии управления по компетенциям;
- технологии культивирования ценности инноваций, развития и командной работы;
- мотивационные технологии;
- технологии непрерывного обучения и развития, научающей организации;
- технологии и инструменты создания и обмена знаниями;
- прикладные технологии и инструменты (для построения концептуальных карт знаний, научного наставничества и т.д.).

Важными факторами эффективного управления знаниями в компании являются:

- интеллектуальный потенциал персонала компании;
- высокоразвитая организационная культура;
- свободный обмен знаниями и мотивация персонала для сохранения и передачи знаний;
- открытость компании и вовлеченность персонала в деятельность профессиональных сообществ;
- сетевое взаимодействие с потребителями и контрагентами.

Система управления знаниями является составным элементом системы управления, тесно связанным с идеологией компании и нацеленным на реализацию ее стратегии.

Основными целями системы управления знаниями являются:

- концентрация специализированных знаний в практике решения стоящих перед компанией задач;
- создание и накопление знаний, обмен знаниями внутри и вне компании;
- обучение персонала;
- формирование экспертных групп и экспертная оценка знаний;
- коммуникации и трансляция знаний для максимально полезного их использования всеми сотрудниками компании.

Для эффективного управления знаниями в компании необходимо создать соответствующую культуру, которая будет поддерживать ценность знаний, творчества и инноваций, непрерывного обучения, открытости, сотрудничества и командной работы. В этом вопросе без лидерства обойтись невозможно, поскольку основное его предназначение – формирование культуры, т.е. совокупность правил, норм и традиций, которые жестко и мягко регламентируют поведение сотрудников, ориентируя их на обмен знаниями, инициативу, совершенствование, новаторство, помощь и поддержку друг друга.

Другое важное предназначение лидерства – решение неструктурированных проблем при отсутствии ясного алгоритма действий в условиях дефицита информации.

Лидерство обладает энергией и механизмом для мобилизации людей на поиск необходимого знания с целью творческого решения проблемы, но если лидеры не разделяют ценности экономики знаний, то они непроизвольно формируют организационную культуру, которая служит преградой для управления знаниями в компании. В этом случае последнее сталкивается со скрытым и явным сопротивлением. Сотрудники могут проявлять равнодушие к инициативам компании в области развития знаний, скрывать знания, уклоняться от взаимообмена ими и обучения.

Зачастую проблемы в управлении знаниями спровоцированы недалёковидными руководителями и авторитарным стилем их управления, убивающим мотивацию людей к трудовой активности и атмосферу сотрудничества и развития.

В этом случае коммуникативная система управления будет обеспечивать информационные вертикальные потоки, но не свободное движение знаний в компании. Именно поэтому оценка лидерского потенциала сотрудников и непрерывное развитие лидеров является приоритетом компании и неотъемлемым элементом системы управления знаниями. Так, Т. Ринго, руководитель подразделения Human Capital Management (служба IBM Global Business Services), отметил, что в условиях современного бизнеса каждая организация должна иметь «конвейер» по подготовке будущих лидеров, которые смогут обеспечить выполнение текущих обязательств, эффективное руководство персоналом и преобразование своих предприятий, а также заложить основу для дальнейшего роста. Эффективный лидер не только руководит персоналом в условиях «турбулентного» бизнеса, но и создает благоприятные условия для привлечения и удержания высокопродуктивных сотрудников, недостаток которых будет все сильнее ощущаться в будущем [1].

Лидерские компетенции руководителей являются одним из важнейших факторов успешного внедрения системы управления знаниями. Индивидуальная работа руководителей с персоналом на стадии как пилотных проектов, так и практического внедрения методов управления знаниями позволяет оптимально использовать возможности системы. Лидерство также обладает инструментом создания команд, а система управления знаниями – механизмом формирования междисциплинарных команд, которые способны генерировать и находить ранее неизвестные знания, необходимые для получения прорывных технологий.

В конце прошлого столетия, на заре экономики знаний, исследователи выявили тенденцию к повышению значимости групповой работы в достижении организационной результативности и переноса акцентов с руководителя на группу [7]. В настоящее время от таких групповых характеристик персонала, как степень сплоченности и сработанности, общность видения цели и мотивации, зависит результат деятельности и его цена.

Команда – относительно небольшая группа людей, объединенных общей целью, с взаимодополняющими способностями, высоким уровнем взаимного доверия, понимания и уважения. Наиболее значимыми факторами эффективной командной работы являются:

- функциональная идентификация;
- управление взаимной зависимостью;
- управление в условиях существования различий;
- управление степенью закрытости команды от постороннего влияния;
- своевременная диагностика и разрешение противоречий;
- создание условий для постоянной коммуникации участников.

Команда и командная работа становятся культовыми явлениями в современном менеджменте и обязательным атрибутом компании, стремящейся построить эффективную систему управления знаниями. Основные причины этого следующие:

- командная работа обуславливает высокое качество и эффективность решения многих организационных проблем;
- командная работа не связана с организационными границами и структурными

ограничениями, что позволяет знаниям свободно проникать в компанию.

Итак, управление знаниями значительно отличается от управления информацией. Без лидерства и командной работы компания не может создать идеологию знания и инноваций, а также использовать специальные инструменты управления знаниями. Лидерство и командная работа должны быть представлены на всех уровнях управления компанией, а ценность знания должна стать приоритетом для большинства сотрудников.

Литература/источники:

1. Исследование IBM: ключевая проблема компаний – отсутствие эффективных руководителей. – <http://gtmarket.ru/news/corporate/2017/11/02/1429>.
2. Нонака И. Компания – создатель знания // Управление знаниями. Harvard Business Review. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. – С. 27–49.
3. Рожков М. Роль управления знаниями в организации. – <http://www.e-executive.ru/knowledge/practices/1462625>.
4. Яхонтова Е.С. Стратегическое управление персоналом. – М.: Дело, 2016. – С. 379.
5. Яхонтова Е.С. Эффективность управленческого лидерства. – М.: ТЕИС, 2015. – С. 501.
6. Яхонтова Е.С. Soft Management или управление отношениями в компании. – М.: Экономика, 2014. – С. 470.
7. Girdham M. (2010). *Interpersonal Skills at Work*. 2d ed. London: Prentice Hall, p. 406.
8. McKenna E. (2011). *Business Psychology and Organizational Behavior*. Hove: Lawrence Erlbaum Associates, p. 335.

Кашмин Максим Дмитриевич

студент 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
kachmin.98@mail.ru

Пудовкина Ольга Евгеньевна,

научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olechkasgeu@mail.ru

СОВРЕМЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. В данной статье обозначена роль системы управления знаниями на предприятии. Автор приводит список основных ресурсов компании, позволяющих эффективно осуществлять деятельность. Раскрывает этапы управления знаниями как необходимые элементы современного управления.

Ключевые слова: компания, управление знаниями, организационная структура, ресурсы предприятия.

На современном этапе развития бизнеса интеллектуальный капитал, информационные ресурсы и база знаний являются одними из ценных позиций в общем перечне ресурсов компании. Сущность функционирования любого предприятия сводится к оптимизации финансовых затрат и извлечению максимально возможной прибыли.

Если ранее компании в основном считали своими активами три главных фактора – финансовые возможности, время и человеческие ресурсы, то на современном этапе развития бизнеса перечень активов значительно расширился. Приведем краткий список основных ресурсов:

- финансовые ресурсы – денежные средства, предназначенные для финансирования предприятия в предстоящем периоде;
- материальные активы – фактическая собственность предприятия (земли, заводы, автомобили и т. д.);
- временной ресурс – предполагаемое время на выполнение того или иного проекта (заключение договора, проведение промоакции, реализацию продукции);
- интеллектуальный капитал – все, что имеет ценность для организации и заключено в работающих в ней сотрудниках (интеллектуальная собственность, инфраструктурные и человеческие активы);
- связи компании – необходимы для эффективного развития и продвижения бизнеса (формальные: отношения с партнерами, клиентами; неформальные: личные дружеские контакты руководителей и сотрудников, группа поддержки – лоббисты, отстаивающие интересы компании на всех уровнях);
- GR (Government Relations) – взаимодействие представителей фирмы с органами государственной власти;
- известность, популярность, репутация, лояльность сотрудников;
- личностные качества лидера компании (харизматичность, обаяние, коммуникабельность);
- командный ресурс – умение работать слаженно, не тратя силы на «подковерную борьбу»;
- рейтинги, индекс цитирования, партнеры и клиенты;
- «ноу-хау», инновации и IT, применяемые компанией;
- торговая марка, бренд, аутобренд (от греч. autos – «сам» в значении «свой»; именной, личный, персональный бренд, часто идентифицируется с конкретной личностью);
- архивы, базы данных, сертификаты, лицензии, награды, премии, программное обеспечение и др [4].

Максимального эффекта предприятию удастся достигнуть, когда все активы используются для ускорения инновационного процесса и создания уникального рыночного продукта (услуги), который позволит компании установить более высокую цену и получить дополнительную прибыль.

Знания, наряду со временем, становятся одним из главных нематериальных активов компании. Тем более важной представляется задача оптимизации процесса управления растущим активом знаний компании – ведь путь к оптимизации деятельности компании в основном лежит через детализацию знаний. В современном бизнесе не просто используется большой объем знаний – они становятся все более специфичными, что усложняет процесс оптимизации интеллектуальных ресурсов.

Кто добивается успеха? Тот, кто своевременно получает необходимую информацию. Тот, кто способен быстро оценить ситуацию и сделать верные выводы. Тот, кто точно знает конкретный путь к решению проблемы – вплоть до того, кому из сотрудников поручить разрешить ту или иную ситуацию, осуществить тот или иной проект. Все это – тоже часть системы управления знаниями, позволяющей оптимизировать кадровую структуру (сократить число «ненужных» сотрудников), избежать утечки информации (каждый знает то, что ему необходимо) и добиться эффекта опережения конкурентов (знать то, чего они еще не знают – постоянно «держат руку на пульсе»).

Что же, как правило, происходит в большинстве компаний?

Руководство ежегодно (или ежеквартально) ставит перед сотрудниками определенные задачи, которые должны быть решены в установленный срок. Однако, придя на работу, сотрудник в основном занимается решением текущих (сиюминутных) проблем, в результате чего поставленные цели не всегда достигаются. При этом сотрудников едва ли можно упрекнуть в непрофессионализме или халатности. Возникает резонный вопрос: «Почему компания не смогла применить все свои ресурсы для выполнения поставленных задач?»

Объяснить это можно путем анализа тех объективных условий деятельности, которые существуют на данном предприятии, разбора и структуризации его проблемного поля, после чего можно осуществлять контроллинг постановки и выполнения конкретных задач.

Это значит, что руководство компании должно понять, какими ресурсами и потенциалом обладает предприятие, проанализировать их вариабельность, доступность и эффективность и только на основании конкретных целей и результатов анализа ресурсной базы ставить задачи перед коллективом.

Очевидно, что смысл функционирования любого предприятия сводится к оптимизации финансовых затрат и извлечению максимально возможной прибыли. Одним из способов достижения этих целей является развитие и эффективное применение вышеперечисленных ресурсов.

Для этого в последнее время в российских крупных компаниях и корпорациях является новой для нашей страны стратегия – управление знаниями. На многих предприятиях существуют ERP-службы, стремящиеся к эффективному планированию использования ресурсов, однако конфликт «дерева проблем» и «дерева целей» по-прежнему остается неразрешенным.

Управление знаниями (далее КМ) внутри компании включает в себя работу с информацией [1].

Первый этап – приобретение и накопление знаний – проходит для каждого по-разному: одни привыкли черпать знания из книг, другие отслеживают последнюю профессиональную информацию в СМИ, а кому-то (преимущественно руководителям корпораций) достаточно общения с «достоверными источниками», чтобы быть в курсе всех наиболее важных событий, связанных с деятельностью предприятия. Можно предположить, что наиболее эффективным способом приобретения и накопления информации является сочетание всех трех методов. На самом деле неважно, откуда получать информацию, главное – уметь оперативно ее найти и вовремя применить.

Обмен знаниями в рамках проекта КМ должен быть рассмотрен в условиях корпоративных взаимоотношений. Безусловно, каждый сотрудник предпочитает использовать свои знания самостоятельно и получать за это деньги, и такое желание понятно. С другой стороны, данную сложность руководителям программы КМ можно и нужно преодолевать. Для этого в условиях КМ существует специальный проект – обмен знаниями (Knowledge Sharing). На практике эта теория может существовать только в условиях доверия и взаимопонимания сотрудников в коллективе.

Следующим шагом КМ является распространение и использование информации. Использование информации включает в себя применение в проектах как полученных при вербальном общении данных, так и сведений, найденных в общей информационной базе. Подобный вид нахождения информации должен в значительной степени сократить временные затраты компании.

Что касается распространения информации, то в любой организации данные «перемещаются» вертикально и горизонтально. Горизонтальное информирование подразумевает «циркуляцию» профессиональных сведений между отделами, в результате чего происходит обмен знаниями между примерно равными по статусу сотрудниками.

Горизонтальное информирование означает «спуск» информации сверху вниз, от начальника к подчиненному. Вертикальный обмен знаниями распространен в гораздо меньшей степени, чем горизонтальный. Это объясняется тем, что начальство предпочитает «выдавать» подчиненным лишь информацию, необходимую для ведения и реализации проекта [3].

Такой подход со стороны начальства не лишен логики – ведь основной смысл программы КМ направлен именно на руководящий состав предприятия: главу компании, директорат, топ-менеджмент. Как показывает практика, основной опыт и зарабо-

тки, которые позволяют предприятию двигаться вперед, – это навыки высшего руководящего состава. Поэтому основная задача программы КМ – обработка и систематизация знаний, накопленных именно руководящим звеном компании. Вероятно, все согласятся с утверждением, что высший руководящий состав в большей степени заинтересован в развитии предприятия. Работая на благо фирмы, проводя регулярные встречи с партнерами, клиентами, конкурентами, руководство постоянно приобретает новую полезную информацию, которая может быть необходима при реализации большинства проектов компании. Однако все полученные данные запомнить и применить вовремя невозможно, именно поэтому информацию (формальную и неформальную) для высшего руководящего состава предприятия желательно накапливать, структурировать и, главное, вовремя и по назначению использовать. Одним словом, программа призвана помочь модифицировать знания руководства компании в понятную модель, что облегчит процесс принятия решений.

Стратегия КМ неразрывно связана с управлением временными ресурсами предприятия (Time Management), что способствует сокращению временных затрат на поиск и обработку необходимой информации, более эффективному распределению рабочего времени.

Одним из наиболее важных аспектов деятельности по управлению знаниями являются консолидирование всего опыта предприятия, в первую очередь его руководителей, и выработка шаблонных методов решения проблем (с заказчиками, партнерами, сотрудниками, конкурентами) в типовых ситуациях. Данные модели следует доводить до сведения сотрудников, которые в аналогичных ситуациях будут их активно применять.

Стоит заметить, что, несмотря на ощутимые преимущества программы КМ, далеко не все предприятия готовы к ее внедрению.

Однако к этой инновации можно и нужно активно присматриваться, тем более что она уже доказала свою эффективность в западных странах и завоевывает все большую популярность в России. В любом случае введение четкой системы управления знаниями на предприятии должно способствовать оптимизации ресурсов компании, помогать ее руководству в принятии решений. А в ситуации все нарастающего «информационного бума», перехода к использованию цифровых технологий, увеличения скорости изменений в бизнес-среде и обострения конкуренции система КМ как инструмент управления знаниями становится действительно жизненно необходимым «навигационным прибором», позволяющим вывести компанию на качественно новый уровень развития – с прибылью, оптимизацией бизнес-процесса, уменьшением нагрузки на руководителя, повышением скорости принятия выверенных решений и, как следствие, к серьезному конкурентному преимуществу.

Литература/источники:

1. Исследование IBM: ключевая проблема компаний – отсутствие эффективных руководителей. – <http://gtmarket.ru/news/corporate/2017/11/02/1429>.
2. Нонака И. Компания – создатель знания // Управление знаниями. Harvard Business Review. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. – С. 27–49.
3. Рожков М. Роль управления знаниями в организации. – <http://www.executive.ru/knowledge/practices/1462625>.
4. Яхонтова Е.С. Стратегическое управление персоналом. – М.: Дело, 2016. – С. 379.

Куропаткина Маргарита Павловна,
студентка 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань,
m-kuropatkina@list.ru

Шарохина Светлана Владимировна,
научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

ИЗМЕНЕНИЕ ТРАДИЦИОННОЙ МОДЕЛИ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ КАК СЛЕДСТВИЕ ПЕРЕХОДА К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. В статье раскрываются теоретические и практические тенденции развития социально-трудовых отношений в современной России, в условиях перехода к цифровой экономике. Автор рассматривает модели регулирования рабочего времени, проводит сравнительную характеристику форм трудовых отношений, существующих в зарубежных странах, анализирует информацию о количестве занятых и самозанятых в России. Сделан вывод о том, что происходит постепенное отчуждение традиционной модели трудовых отношений в пользу новых управленческих тенденций регулирования труда, институционализации прекаризации.

Ключевые слова: социально-трудовые отношения, прекаризация труда, рабочее время, модели трудовых отношений.

Социально-трудовые отношения образуют своеобразное ядро социально-экономического развития. В жизни человека они формируют образ его жизни, трудовые и общественные процессы и отношения. Чем выше уровень развития социально-трудовых отношений, тем выше степень демократизации общества и совершенство общественных отношений в целом.

Система трудовых отношений довольно динамична и с течением времени развивается все больше и больше. Так, если в индустриальном обществе отношения между работником и потенциальным работодателем осуществлялось в конкретной среде, и само рабочее время воспринималось как линейное и необратимое, то в современных социально-трудовых условиях на первом месте стоят новые формы занятости и новые типы работников, которые сами контролируют свою трудовую деятельность.

Традиционная система социально-экономических отношений уже не играет никакой роли в условиях цифровизации и нововведений. Для новых форм трудового процесса важны такие явления как: мобильное рабочее место, гибкий рабочий график, срочный трудовой договор, что говорит о полной информатизации общества.

Не только в России наблюдается такое изменение в осуществлении социально-трудовых отношений. Существуют различные формы социально-трудовых отношений, разнообразие которых обусловлено значительными цивилизационными различиями стран. В таблице предоставлена сравнительная характеристика тенденций развития социально-трудовых отношений зарубежных стран. [1]

Таблица – Сравнительная характеристика форм социально-трудовых отношений зарубежных стран.

Название зарубежных стран	Формы трудовых отношений
Швеция	Основная форма отношений между работниками основана на многоуровневой системе социального партнерства, на принципах занятости и солидарной системе оплаты труда.
США	Преобладают отношения конкуренции и соперничества. Важным звеном активизации экономики и трудовых отношений считается расширение коллективизма, интеграция труда, но на уровне государства закреплены минимальные социальные стандарты и стимулируется участие самого работника в дополнительных системах социального страхования.
Япония	Преобладают отношения патернализма, коллективизма и соучастия. Патернализмом в данном случае является предоставление дополнительных льгот, субсидий и т.д. за счет предпринимателей с целью закрепления кадров, повышения производительности и смягчения напряженности.
Германия	Доминируют формы консенсуса (общего согласия при принятии решений), солидарности, партнерства, социального диалога. Основными условиями являются преодоление массовой безработицы и установление взаимоприемлемой заработной платы.

Несомненно, накопленный десятилетиями опыт взаимоотношений между социальными партнерами в странах Европы необходим и полезен для разработки обоснованной и действенной системы регулирования социально-трудовых отношений в России.

В этих условиях изменяющиеся характеристики социально-трудовых отношений находят проявление в ряде тенденций, которые мы рассмотрим подробнее:

1. Размывание традиционной модели организации труда и рабочего времени. Л. А. Штомпель выделяет три фактора изменения рабочего времени последних лет:

- Сокращенный режим в целях снижения безработицы, при котором работодателями предоставляется части персонала возможность вместо увольнения перейти на данный режим рабочего времени. Формально таких работников нельзя назвать безработными, что является положительным фактором развития социальной политики государств.

- Гибкий режим рабочего времени для отдельных категорий работников, при котором допускается саморегулирование начала, окончания и общей продолжительности рабочего дня.

- Увеличение времени использования оборудования с целью повышения прибыли и уменьшения рабочего дня в расчете на одного работника, что является одной из задач повышения производительности труда на предприятии [2].

Исходя из этих факторов, можно сказать, что современные компании не прибегают к традиционным формам занятости, которые выражаются в постоянном штате работников с определенным количеством рабочего времени, а появляются новые так называемые свободные работники, которые сами реализуются в жизни и самообеспечиваются без помощи работодателей. Такие работники самостоятельно выстраивают свой карьерный рост и рабочее время.

Распространяется такое новое обозначение самостоятельных работников, как «фрилансеры», то есть это – высококвалифицированные специалисты в сферах IT-технологий, услуг перевода и т.д., которые работают вне штата компании.

На 2018 год фрилансеров зарегистрировано 800 тыс. человек, что в 2 раза больше, чем в 2017 году (рисунок 1) [3].

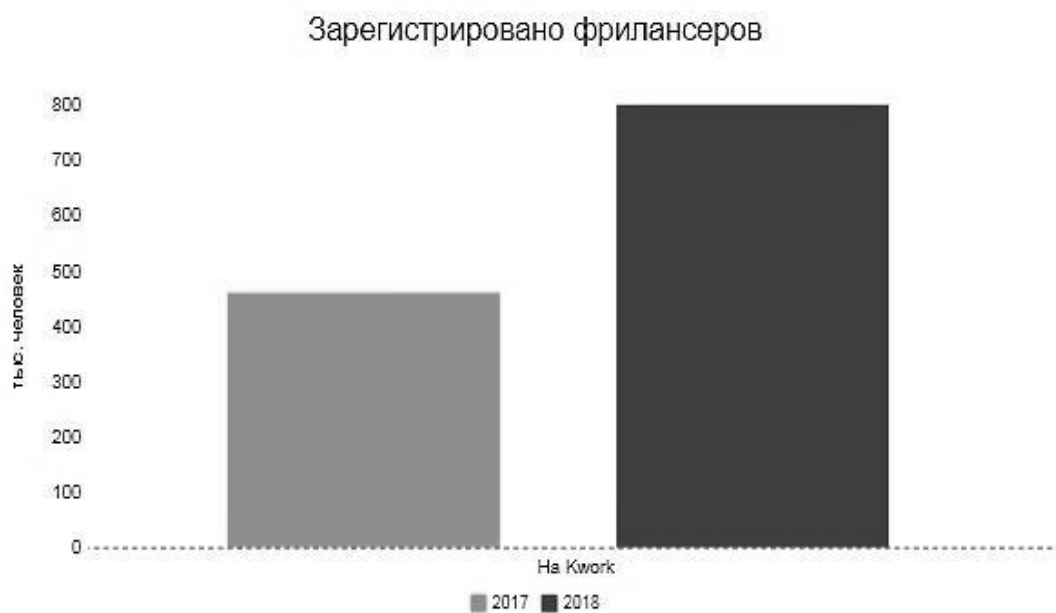


Рисунок 1 – Статистика регистрации фрилансеров в РФ в 2017-2018 гг.

На 2020 год количество фрилансеров в России составляет около 15 млн. человек занятых (Рисунок 2) [4].

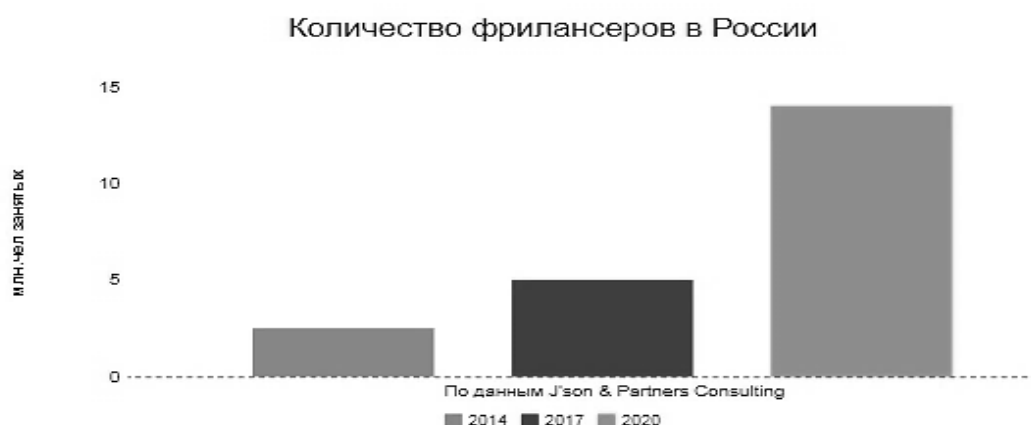


Рисунок 2 – Статистика зарегистрированных фрилансеров в России в 2014 – 2020 гг.

В среднем возраст, так называемых, цифровых фрилансеров в РФ составляет 30–39 лет, более четверти из них – в возрасте 40–49 лет. Среди таких работников женщины и мужчины представлены равномерно [5].

Прогнозируется, что этот новый тип работников со временем полностью вытеснит работников организации, о чем писал американский философ Дж. Рифкин в своих работах о приближении новой цивилизации [6].

Уже в 2013 году фрилансерами называли себя 9 миллионов европейцев, и эта цифра растет на 3,4 % ежегодно. Согласно данным Freelancers Union в США, фрилансеров 34% от занятого населения, в Испании – 13 %, в Италии – 21%, в Великобритании – 9 %. Согласно докладу «Работа будущего» (Future Working) в Европе количество фрилансеров увеличивается год от года, что делает их самыми прогрессивными участниками рынка [7].

Таким образом, трудовые отношения фрилансеров отличаются от традиционного наемного труда, главным образом, высокой самоорганизацией работника.

2. Изменения ритма труда. Данная тенденция заключается в лояльности и подчинении работника интересам компании, что рассматривает его как предпринимателя [8]. Для того, чтобы работник принес большой вклад в развитие компании, работодатель манипулирует временем, как ресурсом, для осуществления проектов. В результате работник сам контролирует весь процесс, опираясь на свое качество, как специалиста, и индивидуальные успехи.

При этом изменение ритма труда может носить и негативный характер, сказываясь отрицательно на образе жизни работников предприятия. Осуществление проекта полностью поглощает человека, что отрицательно сказывается на его здоровье и удовлетворении собственных нужд. Это происходит и со временем для интеракций, направленных на поддержание человеческих отношений.

Таким образом, работники при минимизации свободного времени, сокращают так же свои возможности общения с другими людьми, не входящими в их трудовой процесс. Наблюдается дефицит вне профессионального общения, так как происходят частые переезды. Ритм работы ускоряется, и человек становится менее устойчив, как физически, так и морально.

3. Новые управленческие практики регулирования труда и рабочего времени. При неустойчивой занятости практикуются различные модели регулирования рабочего времени и времени отдыха:

1. Модель ужесточения режимов рабочего времени, которая подразумевает применение вахтовых методов в обычной среде. В связи с этим происходит занижение заработной платы за привлечение трудовых ресурсов из других регионов или установление двенадцати – часовой смены с минимальными перерывами.

2. Модель – гибкие графики работы. Работники выбирают для себя наиболее удобный режим фиксированного рабочего дня. Такая модель организации труда, как правило, применяется для работников, которые обладают высокой квалификацией.

3. Третья модель – руководство отказывается от контроля рабочего времени своего персонала, что влечет за собой перекалывание ответственности с компании на персонал при получении результатов трудовой деятельности. Однако, такая модель может привести к негативным последствиям, так как развитие компании зависит, в первую очередь, от результата ее деятельности. [9]

Для российских организаций характерно отстранение большинства их работников от участия в управлении и в собственности на средства производства. Это объективно приводит к отчуждению труда, формированию типичного работника наемного труда, для которого характерна трудовая и инновационная пассивность.

4. Прекаризация трудовых отношений

Прекаризация занятости – это неустойчивая занятость, отсутствие гарантий занятости, связанных с защитой от самовольных увольнений, регулированием процесса найма и увольнения [10]. Неустойчивая занятость отрицательно сказывается на жизни человека, нарушает привычный ритм и финансовую стабильность. Нестабильная, временная занятость сопряжена с неопределенностью. Поэтому самостоятельные работники, помимо высокого уровня самоорганизации, должны обладать еще и склонностью к риску.

В условиях минимизации участия работников в регулировании трудовых отношений, капитал снимает с себя ответственность за используемый труд. По сути, происходит институционализация прекаризации. В России с 1 января 2016 года был введен запрет заемного труда, который осуществляется работником по распоряжению работодателя в интересах, под управлением и контролем физического лица или юридического лица, не являющихся работодателем данного работника [11].

Закон позволит преодолеть трудности в области, так называемой аренды персонала:

1. Повышается социальная защищенность работников, которые трудятся в усло-

виях вредных для здоровья, за выполнение которых действующим законодательством РФ предусмотрены гарантии и компенсации.

2. Своевременная реакция законодателей на постоянно меняющиеся формы и виды экономических отношений со временем позволит избежать каких-либо ущемлений прав работников или финансовых злоупотреблений.

Неустойчивая занятость выходит за рамки только трудовых отношений. В условиях необходимости постоянного поиска работы возрастает чувство тревожности, неуверенности в будущем. Закрепление нестандартных форм занятости способствует снижению качества жизни и качества человеческого капитала. В перспективе следует ожидать усугубления данной проблемы. Уже сейчас доля россиян, занятых в неформальном секторе экономики, во втором квартале 2019 года выросла почти на 1,5 млн человек и составила 21,3% от общей численности занятых (рисунок 3). Всего же во втором квартале 2019 года количество занятых россиян составило 71,6 млн. То есть в неформальном секторе работает каждый пятый россиянин. [12, 13]

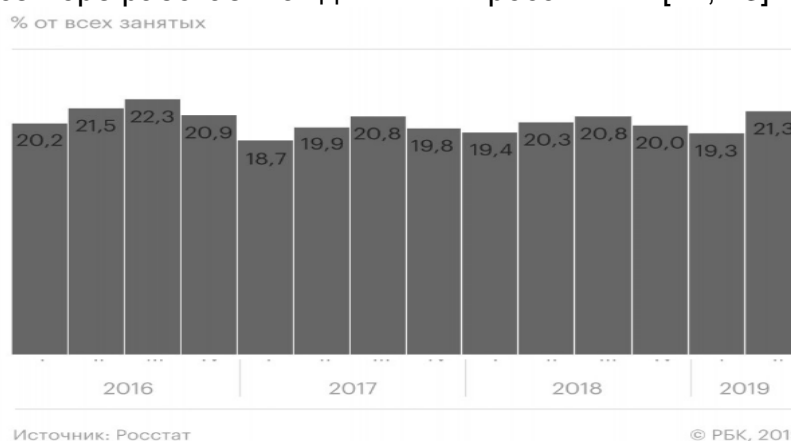


Рисунок 3 – Доля занятых в неформальном секторе экономики во втором квартале 2019 г.

Неформально-трудовые отношения негативно сказываются как на работнике, так и на потенциальном работодателе. Если возникнет конфликтная ситуация между работником и работодателем, в случае правоты сотрудника будет невозможно доказать вину работодателя без официально оформленных трудовых отношений. При всем этом, соглашаясь на неформальную занятость, гражданин относится неуважительно не только к себе, но и к своим близким, позволяя работодателю уйти от обязательных платежей и не выполнять свои обязательства согласно закону.

В подтверждении всего вышесказанного, можно сделать вывод, что с течением времени социально-трудовые отношения меняются под влиянием развития общества (развития новых технологий) и мер социально-экономической политики, которые принимаются в каждом государстве. Это находит отражение в постепенном отчуждении традиционной модели трудовых отношений, которые основаны на бессрочном и долгосрочном трудовом договоре; в зависимости ритма труда от времени реализации проектов; в применении новых управленческих тенденций регулирования труда; в институционализации прекаризации.

Литература/источники:

1. Леонтьева Н.Н. Сравнительная характеристика российского и зарубежного опыта государственного регулирования социально-трудовых отношений // Молодой ученый. – 2019. – №47. С. 213-215.
2. Якушева М.С. Факторы, оказывающие влияние на продолжительность рабочего времени // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2017. – №4. С 304-315.

3. Анализ рынка фриланса: цифры, деньги и тренды 2019 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/@kopyraitingevgeny-analiz-rynka-frilansa-cifry-dengi-i-trendy-2019-goda> (Дата обращения: 08.03.2020).
4. В России растет спрос на фрилансеров. Эксперты назвали самые востребованные удаленные профессии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://incrossia.ru/news/v-rossii-rastet-spros-na-freelancerov/> (Дата обращения: 08.03.2020).
5. Чечулина М.Ю. Фриланс как развивающаяся форма модернизации экономической активности // Экономика труда. – 2016. – Т. 3. – № 3. С.291–306.
6. Толкачев С.А., Андрианов К.Н., Лапенкова Н.В. Интеллектуальное производство сквозь призму третьей промышленной революции // Мир новой экономики. – 2014. -№4. С.28-38.
7. Байтенизов Д.Т., Патласов О.Ю. Особенности развития фриланса на российском рынке труда: социологический аспект анализа // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-frilansa-na-rossiyskom-rynke-truda-sotsiologicheskiy-aspekt-analiza/viewer> (Дата обращения: 06.03.2020).
8. Логинова Л.В. Основные тенденции развития социально-трудовых отношений в современных условиях // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. – 2017. – № 11. С. 12-16.
9. Золотов А.В., Глушич Н.Г., Удалова Н.А. Государственное регулирование рабочего времени как фактор прогресса инновационной экономики // Вестник Нижегородского университета. – 2011, – №5 (2), С. 87-90.
10. Долженко Р.А., Лобова С.В. Исследование восприятия прекаризации занятости на рынке труда региона // Социодинамика. – 2016. – № 11. С. 35 – 52.
11. Закон заемном труде: использовании заемного труда в России в 2019 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.buhgalteria.ru/article/zakon-o-zaprete-zaemnogo-truda> (Дата обращения: 07.03.2020).
12. Гальчева А. Росстат сообщил о росте неформальной занятости в России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/07/03/2020/5e63d3459a7947cc5cd55594> (Дата обращения: 09.03.2020).
13. Рост неформальной занятости – 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4081794> (Дата обращения: 06.03.2020).

Куропаткина Маргарита Павловна,
студентка 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань,
m-kuropatkina@list.ru

Шарохина Светлана Владимировна,
научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

ИННОВАЦИОННЫЕ БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ В УСЛОВИЯХ РАСШИРЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ИНДУСТРИИ

Аннотация. В данной статье рассмотрены теоретические аспекты понятия «банковская инновация», приведена оптимальная классификация инноваций в сфере банковских услуг, выделены наиболее актуальные и интересные банковские

инновации в России. В статье предложены меры, направленные на предотвращение возможных рисков, возникающих в результате инновационной деятельности.
Ключевые слова: инновация, инновационная деятельность, банк, нанотехнологии, банковские услуги.

На сегодняшний день развитие всей банковской системы России протекает в условиях нестабильности и обострения конкуренции на финансовых рынках. Для любой сферы деятельности лучшими характеристиками развития являются процессы внедрения новых технологий или инновационных услуг, что напрямую связано с расширением производства товаров или услуг и сокращением издержек. Инновации в банковской сфере также являются ключевыми факторами устойчивого экономического роста банков.

Сегодня наиболее значима тема инноваций, так как это не просто одно из явлений, определяющее развитие, а характерная особенность и суть современного развития во всех сферах экономики, в том числе и в банковской сфере. Следовательно, вопросы, связанные с внедрением новых видов банковских услуг и усовершенствованием имеющихся, являются одной из актуальных тем экономического развития. [3]

Целью нашей работы является изучение процесса развития банковских инноваций в РФ. В ходе достижения поставленной цели мы проведем анализ современного состояния банковских инноваций, предложим меры по улучшению и расширению спектра услуг банков на территории России.

Под инновационной деятельностью банка или банковской инновацией понимается результат научно-технической деятельности банка, который в дальнейшем принесет реализацию нового продукта/услуги или усовершенствование имеющегося, который в будущем будет направлен на эффективное развитие банковской сферы, удовлетворение потребностей клиентов и формирование ресурсного потенциала коммерческого банка. [4]

Банковские инновации имеют свое разнообразие и многосторонность, что дает право объединить их в обоснованную классификацию, которая представлена в таблице.

Таблица – Классификация инноваций в сфере банковских услуг

№	Классификация	Описание инноваций
1.	По степени рыночной новизны	Данные инновации предоставляются для мирового рынка, государственного (внутри страны) и для конкретного банка
2.	По степени вносимых изменений	Инновации радикального, улучшающего и модификационного характера
3.	По степени распространения	Единичные и диффузные
4.	По охвату ожидаемой доли на рынке	Локальные, системные и стратегические
5.	По экономическому содержанию инновации в банковской сфере	Технологические (электронные переводы денежных средств и банковские карты) и продуктовые (новые банковские продукты)
6.	С учетом результативности и направления инновационного процесса	Включает в себя банковский инновации, область их применения, результат разработок, темпы осуществления, степень интенсивности, масштаб, эффективность и т.д.

На сегодняшний момент ведущие банки страны активно используют некоторые современные модели внедрения инновационных предложений [1]:

1. Информационное поле идей – каждый сотрудник имеет право высказать свое мнение по предложению нововведений и зарегистрировать его.

2. Кайдзен-подход – данная модель подразумевает постоянный поиск некачественных продуктов или услуг, внедрение улучшений и постоянного усовершенствования за счет внутренних ресурсов коммерческой организации.

3. Краудсорсинг – подход, который подразумевает создание сообщества людей, вне зависимости их профессиональной принадлежности, которое путем обсуждения отбирает наиболее эффективное решение. Данный подход наиболее популярен в банковской сфере, так как он направлен на максимальное внедрение новых продуктов и услуг, полностью ориентированных на клиентов.

4. Бета-сообщества – обычно речь идет об онлайн-сервисах, на которых находятся сообщества активных пользователей, тестирующих продукты, вносящих свои поправки и предложения по улучшению услуг, получающие обратную связь от разработчиков до официального выпуска.

5. Хакатон-подход – направлен на разработку программистами веб-сервиса или мобильного приложения. Хакатоны проводятся с целью выявления и разработки новых решений, которые, могут использоваться банком на взаимовыгодных условиях с разработчиком.

На окончание 2019 года выделено несколько банковских инноваций, по мнению Банкинформ.ру [7]:

- АО «Россельхозбанк» выпустил наилучшую технологию платежных колец, которые представляют собой новую форму пластиковой карты, внутри которой находится чип-модуль, с помощью чего клиент может оплачивать покупки при использовании технологии NFC. Для данной инновации коммерческий банк разработал так же удобное приложение, благодаря которому кольцо можно подключить в любой точке страны, не заезжая в отделение банка.

- ОАО «Альфа-банк» разработал новый банкомат – устройство без карт, который не принимает банковские карты и не выдает чеки, что сказывается на скорости операций по снятию наличных в два раза.

- ПАО «Сбербанк России» раньше всех предоставил возможность оплаты по QR-коду товаров в магазинах.

- ПАО «Банк ВТБ» запустил сервис VR-ипотеки. Надев очки, человек может осмотреть имеющиеся в базе квартиры, варианты их дизайна, а также расположение дома на карте города и окружающую инфраструктуру. В это время виртуальный консультант рассказывает о характеристиках объекта и условиях возможного ипотечного кредита.

Так же в банковском секторе России началась активная API-трансформация. API представляют собой программные интерфейсы взаимодействия между информационными системами и подразделяются на две основные категории:

1. Внутренние, которые используются для унификации взаимодействия подразделений внутри организации. Они помогают экономить затраты и повышать эффективности работы.

2. Открытые – дают возможность расширить клиентскую базу, а также получить дополнительный доход.

В ходе исследования, проведенного аналитическим центром TAdveser в августе-сентябре 2019 года, был проанализирован российский опыт применения API. Число респондентов составило 25 российских банков, входящих в топ 100 крупнейших финансовых организаций, из которых более 75% уже начали использование или планируют использовать открытых API. [2] Только ПАО «Сбербанк» во II квартале 2019 года направил почти 20 млрд. рублей на инновации и техническое развитие своей сферы. [6]

Как отмечают эксперты Bain, сегодня в банковской сфере происходит то, что уже произошло с музыкой, путешествиями и ритейлом – IT-технологии вытесняют классические формы развития сфер. [5]

В рамках всей инновационной деятельности коммерческих банков возможен реализация риска недостижения поставленных целей или желаемого эффекта от внедрения всех инноваций, а также операционных рисков, которые могут погубить классические бизнес – модели или организационную структуру банка.

Для предотвращения данных рисков следует предпринимать следующие меры:

- проводить всестороннюю объективную экспертизу профессиональными сотрудниками банка;

- проводить предварительное тестирование инновационных технологий;

- проводить общую оценку достигнутого эффекта по результатам внедрения.

При принятии данных мер будет заметен результат в значениях:

- продуктового эффекта, когда улучшится качество и рост предложенных услуг;

- технологического эффекта, что покажет рост производительности труда;

- социального эффекта, что проявится в улучшении качества жизни населения за счет использования новых банковских продуктов.

Таким образом, банки вынуждены внедрять нововведения в форме новых продуктов и услуг, иначе у них есть риск потерять свою долю рынка. Главный успех любой банковской инновации – это показатели востребованности среди потребителей банковских услуг, а значит нужно соединять инновационные технологии и традиционные, для того чтобы приобрести новых клиентов и не потерять старых.

Литература/источники:

1. Викулов В.С. Типология банковских инноваций // Финансовый менеджмент. 2017. № 6. С. 12–19.

2. Государство. Бизнес. IT. Tadviser [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://summit.tadviser.ru/> Дата обращения: 05.03.2020

3. Казанская Е. А. Инновации в банковской сфере // Молодой ученый. – 2016. – №15. – С. 297-301. – URL <https://moluch.ru/archive/119/32960/> (дата обращения: 05.03.2020).

4. Кожепорова И.М. Современные тенденции в инновационной банковской системе // Экономические науки, 2016. № 6. С. 80–90.

5. Мавряшин А.А., Зернова Л.Е. Современные банковские инновации и их особенности // Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса. Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина. Москва, 2019. С. 107-110

6. Новости ПАО «Сбербанк» 2020. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/6763283> Дата обращения: 04.03.2020

7. ТОП-10 банковских инноваций 2019 года [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://bankinform.ru/news/singlenews.aspx?newsid=102852> Дата обращения: 05.03. 2020

Куропаткина Маргарита Павловна,
студентка 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань,
m-kuropatkina@list.ru

Пудовкина Ольга Евгеньевна,
научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olechkasgeu@mail.ru

ЦИФРОВАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПЛАТФОРМА КАК ТРАЕКТОРИЯ РАЗВИТИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ В УСЛОВИЯХ РАСШИРЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ИНДУСТРИИ

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению теоретических аспектов образовательных платформ. Автором представлено авторское внедрение цифровой образовательной платформы для обучающихся в кооперации с потенциальными работодателями на базе учебного заведения, позволяющей перейти на эффективные и экономически выгодные образовательные технологии.

Ключевые слова: образовательная платформа, smart-технологии, цифровая экономика, ИКТ-индустрия

«Цифровая экономика» и «цифровая индустрия» является предметом бесконечных дискуссий. Сегодня мы наблюдаем фундаментальные изменения в обществе и экономике благодаря цифровизации. Преобразование отраслей народного хозяйства и образовательных систем должно быть положено в основу, поскольку эта трансформация является одним из факторов, которые является ключом к успеху российской экономики и образования.

Несмотря на то, что мы сейчас живем и работаем во взаимосвязанном мире, большинство студентов сталкиваются с трудностями трудоустройства. Цель нашей работы состоит в том, чтобы предложить к использованию цифровую образовательную платформу для обучающихся в кооперации с потенциальными работодателями. [3]

Развитие цифровых технологий играет ключевую роль в развитии современного общества и является актуальным обсуждением на сегодняшний день. В последнее время во все языки мира проникли такие термины как Smart Citi, Smart CRI и в данном смысле Россия не является исключением. Цифровизация стала главной темой новостей, а программы «Цифровая экономика», «Цифровая энергетика», «Цифровое сельское хозяйство», «Цифровое образование» и другие стали основополагающим трендом развития не только государства, но и всех крупных образовательных центров. [1]

Анализ показал, что существует обширный список образовательных платформ. На сегодняшний день в мире существует их более 2000, которые направлены на дистанционное обучение в России и за ее пределами. [2]

Благодаря данным платформам, как российским, так и иностранным, студенты могут самостоятельно получать качественные знания от ведущих специалистов страны. Данные онлайн-площадки открывают новую ступень в развитии онлайн-обучения в стране, тем самым предоставив прекрасную возможность восполнить пробелы собственного образования, получить более высокую квалификацию или освоить новую профессию. [4]

Однако следует отметить, что образовательные платформы существуют изолированно от организаций и предприятий и направлены на расширение вопросов образования в рамках обучающегося направления. Но, потенциальный работодатель в будущем выпускнике хочет видеть не только специалиста в области полученной специальности, но и специалиста, обладающего специальными знаниями, необходимыми ему для дальнейшей практической деятельности.

Изучая исследования зарубежных и отечественных авторов по теме исследования [6,7], мы пришли к следующему пониманию термина «образовательная платформа» – это ограниченный, лично ориентированный интернет-ресурс или ограниченная интерактивная сеть подобных, полностью посвященный вопросам образования и развития, непременно содержащий учебные материалы и предоставляющий их пользователям на тех или иных условиях.

Вследствие вышесказанной проблемы и на основе проведенных теоретических положений, предлагаем к использованию проект цифровой образовательной платформы WebSSEU на базе Сызранского филиала СГЭУ, суть которой в создании единой современной образовательной среды в кооперации с потенциальными работодателями, развивающий потенциал каждого из студентов в индивидуальном порядке для обеспечения дальнейшего трудоустройства и карьерного роста.

ИКТ – технологии, которые проект WebSSEU собирается синергетически внедрять – это всем известный процесс MOOC (массовых открытых онлайн-курсов) [5]. Виртуальная реальность нашего проекта могла бы широко применяться, не только в компьютерном классе на базе университета, но и на мобильных гаджетах студентов, где они взаимодействовали бы с различного рода процедурами, которые обогащали их возможности обучения, и они получали конкретные навыки. Это особенно важно,

поскольку сфера WebSSEU – это обучение на курсах в области финансов и экономики, что в противном случае потребовало бы создания долгих практик для полного обучения выпускников.

Данная платформа разрабатывалась таким образом, что в ее содержание входил бы:

1. Готовый учебный план, дающий доступ к лучшим инновационным источникам, сформировавшийся с потенциальными работодателями;
2. Индивидуальная траектория для гибкого обучения студента на 3 месяца, а именно студент сам выбирает с какого модуля ему начать, и в какое время его проходить;
3. Обратная связь со стороны финансового учреждения, в части наполняемости заданий для обучающихся;
4. Персонализированный образовательный профиль студента;
5. Тестирование по окончании курса на уровень сформированности компетенций студента
6. Выдача сертификатов, дающих приоритет при трудоустройстве.

На рисунке 2. представлена модель платформы открытого образования “WebSSEU”, которая состояла бы из следующих секторов:

- коммуникационный сектор – поддерживает продуктивный диалог между студентами образовательной платформы;
- сектор электронного портфолио – информация о студенте, самопрезентация, его курсы и полученные достижения
- образовательный сектор платформы, в рамках которого решаются задачи проведения тренингов, обучающих семинаров, консультаций.
- научный сектор, предназначенный для осуществления научного анализа хода и результатов работы образовательной платформы WebSSEU.
- административный сектор – координационный центр, в рамках которого осуществляется оперативное руководство работой образовательной платформы WebSSEU.

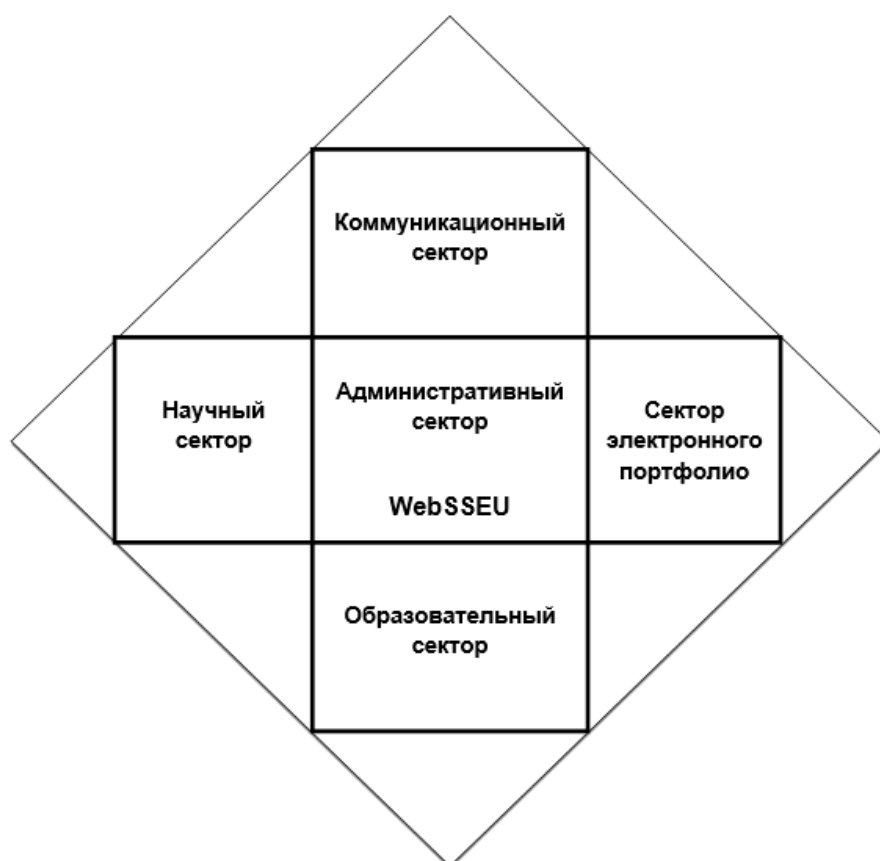


Рис. 1. Модель платформы открытого образования “WebSSEU”

Исходя из приведенных данных, одним из потенциальных работодателей для студентов экономического направления СГЭУ является ПАО «Сбербанк» России, соответственно предлагаем использовать образовательную онлайн-платформу «WebSSEU» в кооперации с этим финансовым учреждением. В рамках кооперации рекомендуется запустить совместный дистанционный обучающий бесплатный курс «Как стать высококомпетентным финансистом», который будет доступен всем желающим студентам на онлайн-платформе WebSSEU.

Нами было проведено исследование в форме интервью с руководством Сбербанка на тему, не против ли они во взаимодействии и совместной работе по организации и наполнении образовательной платформы, а также какие компетенции они хотят видеть в выпускнике, устраивающегося к ним на работу.

В ходе ответов на вопросы, руководство Сбербанка положительно оценили нашу инициативу и поддержали бы наш проект, так как данный курс является одним из проектов в рамках коммуникационной стратегии по повышению финансовой грамотности и привлечения молодых, компетентных специалистов.

Для примера, побеседовав с руководством финансового и кредитного отделов, мы выделяем следующие компетенции, необходимые для молодых специалистов:

- теоретические основы функционирования кредитных организаций и банковской системы в масштабах экономики в целом
- основные понятия и инструменты денежно – кредитной политики
- преимущества и недостатки различных вариантов использования кредитных и платежных средств;
- методы анализа кредитных и платежных операций;
- роль кредитных рынков и банковских организаций;
- основные виды инструментов кредитного рынка и методы их анализа

Для подтверждения интереса самих обучающихся высших и средне профессиональных образований нами было проведено исследование « SMART-технологии в образовании: портрет выпускника 2020 в глазах работодателя» обучающихся как заочного, так и очного отделения. Количество респондентов составило 100 человек. Перечень заданий данной анкеты содержал вопросы, касающихся использования в процессе обучения современных тенденций цифровизации.

Одним из главных вопросов задавалось – Интересно ли Вам внедрение цифровой образовательной платформы на базе вашего учебного заведения?

Результаты исследования расположились следующим образом:

- 72 % опрошенных студентов считают, что необходимо внедрять цифровые образовательные платформы для развития учащихся;
- 19% опрошенных допускают использование цифровой образовательной платформы;
- 2 % категорически против внедрения данной технологии;
- 7 % затруднились высказаться по данному вопросу.

В целом, полученные данные свидетельствуют, что в студенческой среде СГЭУ нет негативного отношения к внедрению онлайн-курсов в кооперации с работодателями, и формируется устойчивый интерес к их использованию, что можно считать предпосылкой успешного внедрения онлайн-платформ.

Таким образом, нами предлагается внедрить в практику единую цифровую платформу образовательной кооперации, предназначенную для эффективного информационного взаимодействия субъектов деятельности в сфере образования и производственной индустрии. Результатами внедрения единой системы взаимодействия должны стать повышение уровня компетенций обучающихся, активизация личностного развития и применения полученных знаний в будущей практической деятельности. В рамках WebSSEU партнеры проекта могли бы постоянно улучшать учебную деятельность, применяя два принципа: развитие открытого взаимодействия учащихся с заинтересованными сторонами и поддерживать согласованность между результатами обучения, преподавательской деятельностью и процедурной оценкой. При поддержке нашего проекта ПАО «Сбербанк», это будет сигналом и для других социально

ответственных российских корпораций, думающих о развитии российской экономики и планирующих привлекать для работы на своих предприятиях новые высококвалифицированные кадры, подготовленные с использованием требований работодателей и современных технологий.

Литература/источники:

1. Вартанова Е. Л. Индустрия российских медиа: цифровое будущее : академическая монография / М. : МедиаМир, 2017. – 160 с.
2. Образовательные платформы 2019. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://englex.ru/educational-platforms/> (Дата обращения 25.01.2020)
3. Подвойский Г.Л. Роль новых технологий в экономике XXI века // Мир новой экономики. 2016. № 4. С. 6–15.
4. Цифровые технологии в образовании и подходы к обучению интернет-грамотности. 2017 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.firo.ru/wpcontent/uploads/2014/02/Karajkina.pdf> (дата обращения: 20.01.2020).
5. MOOK в цифрах. Ежегодный отчет Class Central. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.edutainme.ru> (Дата обращения: 23.01.2020)
6. Hodjat Hamidi and Maryam Jahanshaheefard. Essential factors for the application of education information system using mobile learning // URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S073658531730922X>// May 2019, Pages 207-224 (Дата обращения: 24.01.2020)
7. Nicole C.Jackson. Managing for competency with innovation change in higher education: Examining the pitfalls and pivots of digital transformation.// URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681319301144> // Volume 62, Issue 6, November–December 2019, Pages 761-772 (Дата обращения 24.01.2020).

Муратов Олег Владимирович,

студент 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
oleg-muratoff001@yandex.ru

Шарохина Светлана Владимировна,

научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

МОТИВАЦИЯ ТРУДА ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье рассматривается понятие и роль мотивации в управлении персоналом на предприятии. Обозначается важность роли и поведения руководства в осуществлении мотивации трудовой деятельности сотрудников организации. Описывается система мотивации, при которой реализуются разнообразные формы мотивации. В статье названы причины, при существовании которых сотрудник становится равнодушным к своей работе. Описаны принципы эффективной мотивации персонала.

Ключевые слова: мотивация, система мотивации, персонал, формы мотивации, стимулы к труду, материальное и нематериальное стимулирование.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что большинство руководителей российских организаций и предприятий не уделяют достаточного внимания системе мотивации персонала, делая акцент, в основном, на управлении производством и маркетинге. В дополнение к этим условиям предприятия сталкиваются с не менее важной задачей – максимальное увеличение производительности и прибыли компании [1, с.240]. Эти цели могут быть достигнуты, если разумно подобрать стратегию управления, распределения мотивации и трудовых ресурсов.

Переход России к рыночной экономике изменил характер в социальной и трудовой сферах. Старые изжившие методы управления персоналом и организацией стали неэффективными, перестали соответствовать современности, условиям, которые диктует рынок труда. Взгляды, ценности, а также потребности работников организаций в рыночное время изменились. Для получения желаемых результатов от деятельности персонала, для эффективного руководства персоналом менеджерам нужно идти в ногу со временем и применять современные и рациональные методы для их мотивации. Мотивация персонала является основным средством обеспечения эффективного и оптимального использования ресурсов, реализации имеющегося кадрового потенциала. Мотивация персонала – весьма сложное направление в деятельности управленцев, а умение грамотно мотивировать своих подчинённых является большим искусством. Предприятия и организации, в которых управленческий персонал овладел этим искусством, занимают, как правило, ведущие позиции на рынке.

Мотивация – это побуждение человека к деятельности. Всю совокупность этих побуждающих обстоятельств называют мотиваторами [5, с. 25]. Ни одна система управления не станет хорошо функционировать, если не будет разработана эффективная модель мотивации, так как она побуждает конкретного сотрудника и коллектив в целом к достижению личных и общих целей.

Система управления персоналом, как научное направление, формируется из различного вида наук: теории и организации управления, трудового права, экономики труда, психологии, социологии, конфликтологии, педагогики, политологии, этики и других. В настоящее время выделяют несколько теорий: классические теории, теории человеческих отношений и теории человеческих ресурсов. В таблице даётся краткая характеристика и особенности теорий управления персоналом:

Таблица – Теории управления о роли человека в организации

<u>Наименование теории</u>	<u>Классические теории</u>	<u>Теории человеческих отношений</u>	<u>Гуманистические теории</u>
<u>Представители</u>	Ф. Тейлор, А. Файоль, Г. Эмерсон, Л. Урвик, М. Вебер, Г. Форд	Э. Майо, К. Арджерис, Р. Ликарт, Р. Блейк	А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д. Мак-Грегор
<u>Постулаты теорий</u>	Неудовлетворение трудом. Трудовая деятельность индивидов имеет малое значение по сравнению с заработком. Немного людей способны выполнять трудовую деятельность, требующую творческих навыков и самостоятельности.	Персонал хочет участвовать в общем процессе производства, быть ценным и признанным как личность. В данной ситуации уровень заработной платы не является столь важным фактором.	Многие индивиды получают удовлетворение от своего труда. Персонал принимает участие в разработке идей, большинство стремится реализовать свои цели.
<u>Задачи руководства</u>	Руководителю следует отслеживать, вести строгий контроль действий своих подчинённых. Задача руководителя – оптимизировать работу персонала посредством деления задач на легкоусваиваемые, простые и повторяющиеся операции.	Руководителю следует оказывать поддержку персоналу, поощрять и мотивировать, позволять своим подчинённым определённую самостоятельность. Это, в свою очередь, предполагает личный самоконтроль над исполнением некоторых операций.	Руководителю следует уметь рационально задействовать человеческие ресурсы. Он должен сформировать особые условия для коллектива, где каждый сотрудник сможет максимально проявить свои способности
<u>Ожидаемые результаты</u>	Индивиды способны трудиться только при удовлетворяющей их заработной плате. Под должным контролем руководителя индивиды могут выполнять установленные нормы производства.	Самостоятельность подчинённых даёт им возможность почувствовать собственную значимость, что уменьшает желание противодействовать руководству.	Повысится эффективность производства, т.к. подчинённые наиболее полно используют свои возможности.

Для успешной деятельности компании недостаточно только того, чтобы кадровый состав организации имел высокую квалификацию и расстановка персонала была произведена оптимальным образом. Для успешной деятельности компании необходимо грамотно сформировать систему мотивации персонала и обеспечить тем самым возможность полной реализации своих способностей каждому сотруднику.

Если персонал имеет мотивацию к работе, любая работа делается быстро и эффективно, а если нет, то, как правило, работа осуществляется под принуждением. Характерным примером этого является государственная организация, где не проводится целенаправленная работа по мотивации сотрудников. В результате в этих организациях работа идет по принципу: я должен сделать некоторое минимальное количество возложенных на меня задач, но не более того. На предприятиях, где не происходит мотивации персонала, происходит аналогичная картина, сотрудники выполняют только минимальные действия.

Кроме того, каждая компания в какой-то момент развития может столкнуться с одной из следующих ситуаций:

- опоздание персонала на работу;
- трата рабочего времени на социальные сети, Интернет;
- задержка с обеденного перерыва;
- неудовлетворительное эмоциональное состояние персонала;
- невыполнение в назначенный срок проектов и т.д. [2, с. 79–80].

Если появляется, по крайней мере, одна из указанных выше проблем, то причиной является низкая мотивация персонала. Низкая мотивация способна привести к провалу планов работы, в конце концов, появятся следующие проблемы: активизация конкурентов на рынке, снижение доходов компании, текучесть кадров, снижение заработной платы сотрудников. В результате компания может оказаться на грани банкротства или ликвидации. Решить эту проблему, можно путем разработки и внедрения индивидуальной системы мотивации.

Наиболее эффективной считается такая система мотивации, при которой в соответствии с возможностями компании и потребностями сотрудников разработаны и реализуются разнообразные формы мотивации (рисунок) [3, с.59]:

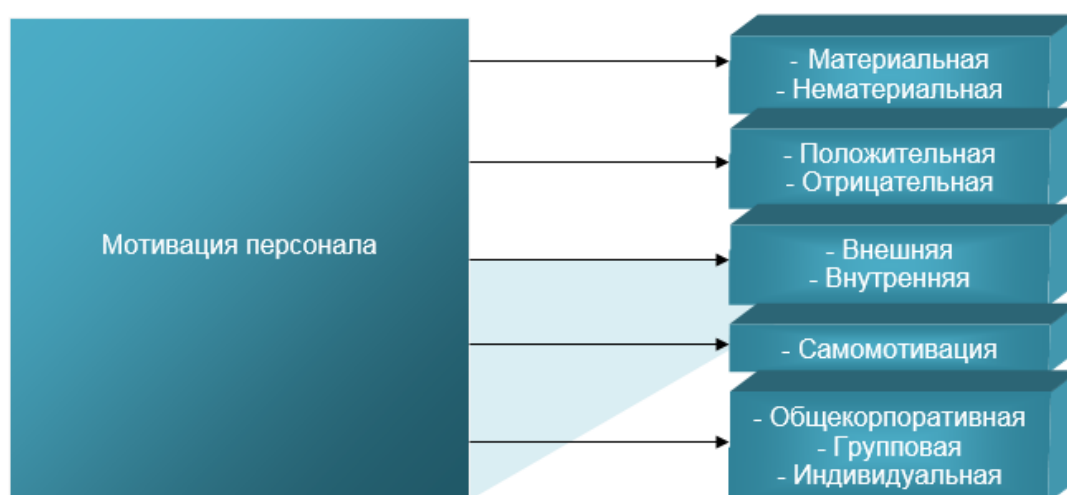


Рисунок – Формы мотивации персонала

Все формы мотивации можно разделить на два вида: материальную и нематериальную. К материальной мотивации относятся:

- заработная плата персонала;
- страхование сотрудников;
- социальные выплаты при временной нетрудоспособности работников;
- дополнительная оплата труда за сверхурочную работу;
- денежная компенсация сотрудникам в случае потери места работы.

Помимо системы материального стимулирования, в организации необходимо выработать вспомогательную систему нематериальной мотивации работников. Данная система подразумевает, в основном, способы удовлетворения духовных нужд сотрудников, а именно:

- мероприятия, направленные на сближение работников, такие как: совместное проведение юбилеев и праздников, участие сотрудников в различных спортивных мероприятиях и конкурсах, организация совместного отдыха персонала компании и т.п.;
- возможность продвижения каждого работника по служебной лестнице при наличии высоких достижений в работе;
- проведение всевозможных тренингов и семинаров, направленных на повышение компетентности и профессионализма персонала, программы по повышению квалификации сотрудников организации;
- поднятие самооценки с помощью признательности, благодарности со стороны начальства.

Нужно понимать, что система мотивации персонала не будет действенной, если в ней будут присутствовать только наказания и взыскания за различные ошибки, оплошности, низкие показатели в работе со стороны сотрудников. С другой стороны, система не даст положительного эффекта и в случае чрезмерно положительного стимулирования. Наиболее правильным будет разработать систему мотивации по принципу «кнута и пряника», то есть, положительная мотивация должна применяться за достижение сотрудниками высоких результатов в работе, а наказания должны следовать за дисциплинарными нарушениями, невыполнением плана и прочего.

Хорошо, когда руководитель справедливо оценивает результаты труда своих подчинённых. В таких случаях, внешняя оценка начальства будет соответствовать внутренней самооценке работника. Для сотрудника оценка руководителя будет являться важной, авторитетной, то есть работник станет размышлять следующим образом: если мой начальник меня ругает, значит, свою работу я выполнил плохо, а если хвалит, то, следовательно, я работаю хорошо. Но не всегда бывает так, что руководитель верно оценивает работу сотрудника. В случаях, когда руководство не замечает достижения работника или чрезмерно увлекается негативной мотивацией, может сложиться ситуация, когда самооценка работника не будет соответствовать оценке руководителя.

Однако всё чаще в последнее время говорят о целесообразности индивидуального стимулирования наиболее лучших работников, а также коллективного стимулирования отдельных бригад и групп сотрудников. Этому есть простое объяснение: поскольку у разных работников – различные интересы, то индивидуальная форма мотивации ценных работников организации становится всё более популярной.

Все меры стимулирования упираются в человеческий фактор. Они позволяют выявить скрытый потенциал сотрудников и разработать меры, способные направить этот ресурс на развитие компании и обеспечить ей стабильный высокий рост прибыли. Трудностью создания такой системы, является адекватная оценка потенциала персонала и ряд причин, влияющих на стремление человека добиваться успеха. Система мотивации персонала предусматривает не только материальное и социальное вознаграждение всех работников, но и выделение среди них основной группы людей, которые будут приносить максимальную прибыль предприятию.

Значительная часть руководителей допускает ошибку при совершенствовании системы мотивации персонала, опираясь на собственные убеждения и взгляды на все происходящее. Эта информация недостаточна для разработки мотивационных методов в управлении. Многие руководители не интересуются мнением своих сотрудников. Следовательно, проявляются заблуждения, позволяющие считать процесс совершенствования мотивации персонала неэффективным. Следует помнить, что каждый человек индивидуален и имеет свой стимул, побуждающий его к развитию и росту деятельности.

Система мотивации персонала должна опираться не только на комплекс поощрительно-взыскательных мер, сколько на выявление внутренних потребностей со-

трудников. Необходимо личные цели сотрудников объединить с задачами организации, в которой он работает. Сотрудник должен понимать важность своей деятельности. Только личные достижения, давшие ему с определенными усилиями, будут значимы и будут являться мотивом для дальнейшего развития.

Существует ряд причин, по которым работник теряет свою инициативность и становится пассивным, равнодушным к выполняемой работе. К таким факторам, отрицательно влияющим на работника, являются:

- чрезмерный контроль со стороны руководства, отсутствие самостоятельности работников;
- отсутствие поддержки инициатив работников;
- работник недостаточно проинформирован о целях и стратегии организации, не знает о том, как конечный результат его деятельности влияет на организацию;
- отсутствие благоприятного климата в коллективе;
- отсутствие поддержки и взаимопонимания, как со стороны руководства, так и со стороны коллег;
- равнодушие и безучастность руководства предприятия по отношению к служебным проблемам работника;
- отсутствие системы поощрения или ее недостаточность при высоких достижениях работника в его трудовой деятельности.

Эти факторы вызывают у рядового работника чувство приниженности. Подрывается чувство гордости, уверенности в себе, в стабильности своего служебного положения и возможности дальнейшего продвижения.

Важным моментом в мотивации сотрудников являются стимулы к труду. Стимулы к труду – это вся система внешних побуждений к действию в сфере труда, это – внешние воздействия, побуждающие работника трудиться качественно, производительно, с полной отдачей.

По способу воздействия на мотивационную структуру личности стимулы дифференцируются на три группы:

- 1) побуждение – апелляция к внутренней мотивации, применение стимулов, способствующих формированию интереса к содержанию труда, проявлению творческих способностей, получению удовлетворения от процесса труда и его общественной значимости;
- 2) вознаграждение – предполагает применение как положительных, так и отрицательных стимулов. Вознаграждение – это средство инструментальной мотивации, возможность для работника удовлетворить свои потребности посредством труда;
- 3) принуждение – внешней мотивации, основанный на применении отрицательных стимулов в условиях ограниченной свободы выбора объектом стимулирования линии поведения.

Система ценностей, которые заложены в человеке определяют его отношение к трудовой деятельности, к качеству выполнения им трудовых обязанностей. Не только ценности, но и условия труда, в которых работает человек, и стимулы определяют отношение человека к труду [4, с. 24]. Благоприятный психологический климат в коллективе, дружественная и сплоченная команда работников гарантируют эффективную и качественную работу персонала организации.

Менеджеры должны постоянно обдумывать возможные способы улучшения работы и мотивации людей, работающих с ними. Задача менеджера, в случае применения экономической мотивации, заключается в разработке премиальной схемы выплат за производительность, системы сдельной оплаты или трудовых соглашений. Премиальная система является самой распространенной и эффективной системой при мотивации и поддержке персонала организации.

Профессиональный управляющий при использовании метода экономической мотивации должен руководствоваться несколькими принципами:

- премии не должны быть слишком общими и распространенными, поскольку в противном случае их будут воспринимать просто как часть обычной зарплаты в обычных условиях;

- премия должна быть связана с личным вкладом работника в производство, будь то индивидуальная или групповая работа;
- измеримость увеличения производительности труда рабочих с использованием определенного метода для их выявления;
- дополнительные усилия работников, отмеченные премией, должны покрывать затраты на выплату этих премий.

Выделяют такие признаки эффективной системы мотивации персонала, как:

- проявление у сотрудников желания работать, трудовой энтузиазм и заинтересованность в успешном результате;
- инициативность, стремление к повышению производительности труда, заинтересованность в обучении и развитии;
- высокая трудовая дисциплина, ответственность за выполнение заданий в запланированные сроки без дополнительного контроля со стороны;
- готовность к переменам и принятию ответственности;
- стремление повышать свою заработную плату за счет работы сверхурочно или за счет повышения эффективности труда;
- отсутствие проблем на получение согласия работников в случае необходимости выполнения дополнительных объемов работы;
- неофициальное наставничество и добровольная помощь, которую оказывают члены коллектива новичкам, пришедшим на работу в компанию;
- желание участвовать в принятии управленческих решений;
- безоговорочное разделение и поддержка стратегических целей и организационных ценностей компании.

При наличии этих признаков, можно с уверенностью говорить о том, что система мотивации персонала в компании сформирована и действует с высокой степенью эффективности.

В настоящее время кадровая политика организаций отдает предпочтение молодому персоналу, поэтому при разработке системы мотивации персонала надо учитывать, что самым большим мотивирующим фактором для современной молодежи является, по мнению исследователей, не оплата, а содержание работы, ощущение собственной профессиональной значимости в организации и перспектива профессионального роста. Главной задачей управляющего в рыночное время является поиск и применение эффективных методов управления, которые обеспечивают активность работников, направленную на достижение целей предприятия.

Таким образом, мотивация труда работников организации является основным залогом ее успешности и дальнейшего процветания. В систему мотивации персонала входит справедливое и равное вознаграждение труда работников, создание безопасных условий для их трудовой деятельности, предоставление равных возможностей профессионального роста и поддержка инициативности работников.

Литература/источники:

1. Авдеев Н. Исследование мотивации студентов к будущей профессиональной деятельности / Н. Авдеев, Н.Б. Гусарева, М. Васкецова, Н. Филиппова // Сборник научных трудов преподавателей, аспирантов, студентов кафедры «Социального страхования, экономики и управления предприятиями». – Московский гуманитарный университет, 2015. – 320 с.
2. Гнатышина Е.В. Разработка системы мотивации персонала / Е.В. Гнатышина, Е.В. Евплова // Молодой ученый. – 2015. – №14. – С. 239–243.
3. Ловчева М.В. Управление персоналом: теория и практика. Делопроизводство в кадровой службе: Учебно-практическое пособие. – М.: Проспект, 2013. – 80 с.
4. Озерникова Т.Г. Системы мотивации и стимулирования трудовой деятельности: учеб. пособие / Т.Г. Озерникова; БГУ. – Иркутск : Изд-во БГУ, 2016. – 182 с.
5. Чекмарев О.П. Мотивация и стимулирование труда: учебно-методическое пособие. – СПб., 2013. – 343 с.

Некрасова Елена Сергеевна

студентка 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань

leliena.niekrasova.99@gmail.com

Шарохина Светлана Владимировна,

научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань

sharokhinatv@gmail.com

КРЕДИТНЫЕ ПОРТФЕЛИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА И ИХ ВЗАИМОСВЯЗЬ С КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКОЙ

Аннотация. В статье раскрываются понятия «кредитный портфель» и «кредитная политика» и прослеживается их взаимосвязь. Автор анализирует основные типы и виды кредитных портфелей. Сделан акцент на том, что именно кредитная политика определяет качественный и количественный состав ссудного портфеля коммерческого банка. Предоставлены результаты рейтинга среди коммерческих банков России по величине кредитного портфеля за 2019 год.

Ключевые слова: кредитный портфель, коммерческий банк, субпортфели, кредит, ссудные операции.

В банковской деятельности кредитные операции являются одним из основных и наиболее важных видов деятельности, ведь они обеспечивают полное формирование прибыли коммерческого банка. Однако, высокие риски, связанные с реализацией коммерческих операций, могут привести банк к банкротству. Безусловно, обеспечение стабильного и устойчивого функционирования банка в долгосрочной перспективе невозможно без создания эффективной системы управления активами банка. [3] Деятельность банков многообразна – это осуществление различных видов операций, которые указаны в ст. 5 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности», где предоставлено многообразие банковских операций и других сделок кредитных организаций. [10]

Традиционно банки предоставляют разнообразные кредиты, что составляет основную функцию их банковской деятельности, в ходе реализации которой и складывается кредитный портфель каждой конкретной организации. Безусловно, хотелось бы выделить актуальность изучения процесса формирования кредитного портфеля в процессе функционирования коммерческого банка. Возросла актуальность с переходом к рыночной экономике, так как проблема развития и совершенствования механизма управления кредитным портфелем в целях минимизации его рисков и максимизации прибыли, приобрели особую значимость на сегодняшний день. Кредитный портфель – определенный критерий, позволяющий судить о деятельности банка по качеству его функционирования, а также прогнозировать результаты кредитной деятельности отчетного периода.

В отечественной литературе встречается множество различных определений кредитного портфеля. О. В. Суслов считает, что кредитный портфель – это совокупность остатков задолженности по основному долгу по активным операциям банка, проще говоря, это – ссуды, выданные клиентам. [9]

В трудах О. В. Лаврушина предоставляется нашему вниманию следующее определение кредитного портфеля, это – совокупность выданных ссуд, которые классифицируются на основе критериев, связанных с различными факторами кредитного риска или способами защиты от него. [7]

М. Ю. Федотова считает, что кредитный портфель – это ни что иное, как деятельность банка, которая так же включает в себя совокупность всех выданных кредитов клиентам за определенный период времени. [11]

Если мы посмотрим на эти определения, то можно сделать вывод о том, что в перечисленных трактовках кредитного портфеля у всех авторов прослеживается идентичное определение, а именно: «совокупность выданных ссуд».

Кредитная политика является внутренним банковским документом, в котором формулируется преимущественная деятельность коммерческого банка. Так же, как и в случае с определением кредитного портфеля, понятие «кредитная политика» не имеет точной формулировки. Однако, исходя из составляющих кредитной политики, можно сделать вывод о том, что это – документально оформленная схема организации и контроля кредитной деятельности банка, которая включает в себя такие компоненты, как конкретные направления кредитной политики, контроль качества услуг, общие правила предоставления кредитов и др. От тщательности проработки кредитной политики зависит не только прибыль коммерческого банка, но и его устойчивое рыночное положение. Именно кредитная политика определяет качественный и количественный состав ссудного портфеля коммерческого банка. [1]

Кредитный портфель характеризуется оптимальной структурой, которая имеет свойство оказывать оперативное воздействие на неотъемлемые элементы кредитного портфеля, а именно: субпортфели, что создаются в условиях конкретных направлений кредитной политики банка.

Субпортфели – это элемент портфеля, который так же состоит из подпортфелей, объединяющих в себе все банковские продукты. В связи с этим, наиболее точным мы считаем следующее определение кредитного портфеля. Кредитный портфель – это система множественных объектов, субпортфелей, элементы которых объединяют в себе банковские продукты, взаимодействующие друг с другом, и характеризующееся прямыми и обратными связями с внешними системами. [8]

Ссуды, входящие в состав кредитного портфеля, имеют свою характеристику и делятся по нескольким критериям, представленным в таблице 1. [6]

Таблица 1 – Ссуды кредитного портфеля коммерческого банка

№	Ссуды	Разновидности
1.	По продолжительности	<ul style="list-style-type: none"> • Краткосрочные ссуды • Среднесрочные ссуды • Долгосрочные ссуды
2.	По обеспечению	<ul style="list-style-type: none"> • Обеспеченные • Необеспеченные
3.	По видам обеспечения	<ul style="list-style-type: none"> • Под банковскую гарантию • Под залог недвижимости • Под залог ценных бумаг • Под поручительство
4.	По объекту кредитования	<ul style="list-style-type: none"> • Целевые • Нецелевые
5.	По субъекту кредитования	<ul style="list-style-type: none"> • Физическим лицам • Юридическим лицам • ИП • Правительству и органам власти местного самоуправления

При формировании кредитного портфеля учитывается обеспеченность прибыльности, а также контроль уровня риска и соответствие требованиям ЦБ РФ.

При изучении понятия кредитного портфеля следует так же рассмотреть классификацию, связанную с кредитными рисками, которая представлена на рисунке 1.

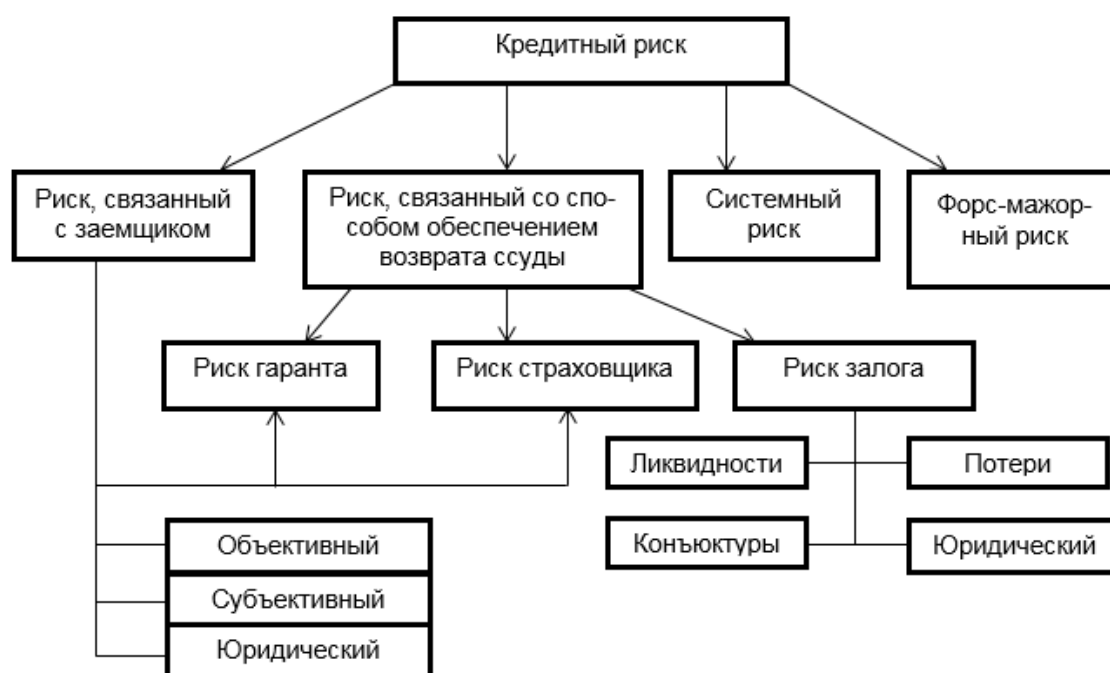


Рисунок 1 – Классификация кредитных рисков банков

Как известно, банковский риск, доходность и ликвидность составляют общую цепочку критериев, которые и характеризуют качество кредитного портфеля. Отсюда можно сказать, что сбалансированный кредитный портфель – тот, который по своему составу и финансовым характеристикам отвечает эффективному решению альтернативы «риск-доходность». [4]

Важную роль в понимании сущности понятия «кредитный портфель» играет его классификация по типам и видам.

На сегодняшний день существует несколько типов кредитного портфеля, которые включают в себя [5]:

1. Портфель дохода – состоит из кредитов, обеспечивающих стабильный доход и имеющих минимальный риск. В кредитной политике банки чаще прибегают к таким способам регулирования кредитного портфеля, как секьюритизация, продажа кредитов или синдицированное кредитование;

2. Портфель риска – включает в себя кредиты с высоким уровнем риска. Для предотвращения не желаемых эффектов в банковской деятельности, каждый банк создает собственную стратегию управления кредитным риском. К особым методам предотвращения относят диверсификацию, концентрацию, лимитирование и др.

3. Сбалансированный портфель, который сочетает в себе кредиты различного типа, как высокорисковые, так и низкорисковые.

Кроме того, существуют виды кредитного портфеля, такие как постоянный и меняющийся кредитный портфель. Постоянный портфель сохраняет свою структуру в течение всего срока, а его продолжительность определяется кредитной политикой. Меняющийся кредитный портфель имеет динамическую структуру кредитов.

Также можно выделить специализированный и комплексный кредитный портфель. Специализированный портфель включает кредиты, объединенные по частным критериям, таким как отраслевая и региональная принадлежность, а комплексный кредитный портфель сочетает различные группы кредитов.

На сегодняшний день существует Рейтинг российских банков по величине кредитного портфеля корпоративных клиентов, рассчитанный по собственной методике портала SotniBankov.ru на основании официальной отчетности, публикуемой на сайте Банка России (рисунок 2). [2]

Место	Наименование Банка	Текущее значение, тыс. руб.	Предыдущее значение, тыс. руб.	Изменения, %
1	ПАО Сбербанк	12 990 580 510	12 836 550 171	+1.20
2	Банк ВТБ (ПАО)	7 310 904 358	7 421 703 430	-1.49
3	Банк ГПБ (АО)	3 835 736 072	3 787 104 537	+1.28
4	АО "Россельхозбанк"	1 886 210 646	1 889 095 903	-0.15
5	АО "АЛЬФА-БАНК"	1 733 085 729	1 733 182 079	-0.01
6	ПАО "МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК"	1 710 285 254	1 685 439 031	+1.47
7	НКО НКЦ (АО)	1 189 937 168	1 127 908 629	+5.50
8	Банк "ТРАСТ" (ПАО)	1 080 331 041	1 075 927 312	+0.41
9	ПАО Банк "ФК Открытие"	957 997 554	930 162 194	+2.99
10 ⁺¹	АО ЮниКредит Банк	636 766 328	634 465 603	+0.36

Рисунок 2 – Рейтинг по величине кредитного портфеля клиентов банков России за 2019 год

Исходя из приведенных данных, можно сделать вывод о том, что в топе 1 место занимает ПАО «Сбербанк» с огромным отрывом величины кредитного портфеля за 2019 год. Сравнивая значения текущие с предыдущими, можно сказать, что умеренные темпы прироста связаны с валютной переоценкой, замедлением розничного кредитования и продолжением перехода банков на новые стандарты учета.

Кредитная активность характеризует направленность кредитной политики банка и степень сбалансированности привлеченных и размещенных средств, а эффективность кредитной деятельности отражает доходность и прибыльность проводимой кредитной политики, что является целью деятельности коммерческих банков.

Кредитный портфель классифицируют по:

- типам в зависимости от риска и дохода;
- видам в зависимости от ключевого в структуре видов кредита.

Качество ссуды определяется путем профессионального суждения на основе специальных критериев, как о финансовом положении самого заемщика, так и об обеспеченности кредита и качестве обслуживания долга.

Стоит отметить, что в современных экономических условиях финансовый кризис и резкая девальвация рубля способствовали обострению проблем развития на рынке кредитных услуг России, среди которых выделяется и увеличение просроченной задолженности, что увеличивает кредитный риск. Эти факторы могут привести к снижению качества кредитного портфеля коммерческих банков страны. Поэтому, на данный момент, для любого банка ключевой целью является создание оптимального кредитного портфеля, как одного из главных направлений размещения ресурсов, а так же как действенного инструмента управления кредитной деятельностью организации.

Таким образом, кредитная политика является основным критерием оптимизации

эффективного кредитного портфеля, учитывает общую направленность функционирования коммерческой организации. Кредитная политика должна охватывать состав кредитного портфеля и контроль над ним как над единым целым, а также устанавливать стандарты для принятия конкретных кредитных решений. Следовательно, под качеством кредитного портфеля будем понимать комплексное определение, характеризующее эффективность формирования кредитного портфеля коммерческого банка с точки зрения рискованности, проблемности, кредитной активности, эффективности, оборачиваемости и обеспеченности кредитных вложений.

Литература/источники:

1. Баева Н.А. Динамическая вариантная модель кредитного портфеля коммерческого банка // Вестник ВГУ. – 2019. – № 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/analiz/2019/01/2019-01-07.pdf> (дата обращения: 12.04.2020).
2. Банковский информационно-аналитический портал/Финансовые рейтинги 2019/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sotnibankov.ru/ratings/financial-ratings/rejting-po-velichine-kreditnogo-portfelya/> (дата обращения: 14.04.2020).
3. Дмитрова Т.А. Сущность и понятие кредитного портфеля коммерческого банка // Экономические науки. – 2015. – № 12 (31). Ч. 2. -С. 8-9.
4. Едилкызы О.А. Кредитный портфель банка: сущность, значение и его классификация // Молодой ученый. – 2016. – № 11 (115). – С. 721-723. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/115/30878/> (дата обращения: 16.04.2020).
5. Коваленко С.Б., Швейкин И.Е. Кредитный портфель банка и его роль в предотвращении кредитного риска // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета – 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreditnyy-portfel-banka-i-ego-rol-v-predotvraschenii-kreditnogo-riska> (дата обращения: 16.04.2020).
6. Комкина О.Е. К вопросу о понятиях кредитного портфеля и кредитной политики коммерческого банка // Современные наукоемкие технологии. – 2007. – №4. С.6-9
7. Основы банковского менеджмента /Под ред. О.И.Лаврушина. М.:ИНФРА-М, 1995. – 140 с.
8. Рябина Е.В. Современное состояние корпоративного кредитного портфеля российских коммерческих банков // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-korporativnogo-kreditnogo-portfelya-rossiyskih-kommercheskih-bankov> (дата обращения: 10.04.2020).
9. Суслов И.П. Методология экономического исследования. – М.: Мысль, 1974. – 334 с.
10. Федеральный закон от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 27.12.2019) «О банках и банковской деятельности» (с изм. и доп., вступ. в силу с 08.01.2020) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/3ed3290497299bf01cf0cc88cedf7da6f60f384c/ (дата обращения:16.04.2020).
11. Федотова Г.В., Якунина И.А., Виноградова Е.А. Анализ эффективности кредитования юридических лиц Сбербанком России // Известия Юго-Западного государственного университета. - 2016. – №6. С. 175-184.

Некрасова Елена Сергеевна

студентка 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань

leliena.niekrasova.99@gmail.com

Пудовкина Ольга Евгеньевна,

научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань

olechkasgeu@mail.ru

КОНЦЕПЦИЯ БЕСКРИЗИСНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПОТОКОВ КАПИТАЛА

Аннотация. В статье рассмотрена концепция антикризисного прогнозирования потоков капитала, которая способна построить глобальную экономическую систему с прогнозируемым бескризисным развитием. Концепция основана на принципе концентрации внимания на организации потоков капитала и использовании синергетической парадигмы в качестве теоретической основы экономического развития.

Ключевые слова: синергетическая парадигма, капитал, логика роста / развития бизнес-единицы, инновации, экономика.

В настоящее время существуют предпосылки для построения прогноза рыночной экономики. К ним можно отнести такие как:

- проведение Центральным Банком денежно-кредитной политики в рамках режима таргетирования инфляции, что должно обеспечить значение инфляции вблизи целевого уровня 4% на протяжении всего прогнозного периода;

- ограничение темпов роста тарифов естественных монополий уровнем инфляции в среднесрочной перспективе;

- законодательное регулирование неналоговых платежей, реформа контрольно-надзорной деятельности и модернизация института банкротства

Кризис мировой финансовой системы, начавшийся в 2008 году, пришёлся на период восходящей волны крупных экономических циклов [2], а потому характеризуется кратковременным спадом в экономической системе, вызванным рассеиванием потоков капиталов за пределы инновационной сферы. Низкая эффективность государственных мер по смягчению указанной депрессии в очередной раз демонстрирует необходимость построения глобальной экономической системы с прогнозируемым бескризисным развитием.

Начало проектированию подобного строительства уже положено выдвинутыми на международных экономических форумах предложениями по реорганизации мировой финансовой системы. Однако доказательная база антикризисной эффективности такой реорганизации нуждается в дополнениях.

Рассматриваемая концепция предполагает конструктивное комбинирование известных теоретико-методологических аспектов, модифицируемых в соответствии с замыслом представления экономических явлений в синергетической парадигме.

Общее знакомство с концепцией целесообразно начать с определения операционного содержания понятия «антикризисное прогнозирование потоков капиталов в инновационной сфере». При этом следует исходить из толкования понятий «капитал» и «инновация» в синергетической парадигме. В политической экономии под капиталом понимается «накапливаемый хозяйственный ресурс, который включен в процесс вос-

производства и возрастания стоимости путем взаимной конвертации своих разнообразных форм» [5].

Концепция П. Бурдые широко распространена в экономической социологии, в которой понятие «капитал» отделено от своей ценностной базы в экономическом смысле, но может быть воплощено в людях и в отношениях между людьми. В соответствии с этой концепцией существует три состояния капитала: объективированное, инкорпорированное и институционализированное.

Под инкорпорированным состоянием понимается совокупность устойчиво воспроизводимых диспозиций и демонстрируемых способностей, которыми наделен обладатель той или иной формы капитала. Объективированное состояние – это овеществленный капитал, который может быть представлен в физической, предметной форме. Институционализированное состояние предполагает объективированные формы признания данного вида капитала в качестве ресурса. Это состояние может быть формализовано в виде прав собственности, рангов, сертификатов, а может выступать и в неформализованном виде, позволяющем тем не менее узнавать и признавать данный вид капитала [5].

В авторской концепции термин «капитал» имеет экономическое содержание в нетрадиционной синергетической парадигме [7]. Соответственно, существует три состояния капитала: объективированное, стоимостное и субъективированное.

Капитал в объективированном состоянии – это ресурс, являющийся объектом деятельности человека, связанной с его (ресурса) движением (перемещением, хранением, накоплением и расходом). Выделяют следующие виды капиталов (ресурсов), находящихся в объективированном состоянии: материальный, финансовый, интеллектуальный и др.

Капитал в стоимостном состоянии – это средство в деятельности человека, связанной с обеспечением воспроизводства и возрастания стоимости путем взаимной конвертации разнообразных форм капитала. В финансовой отчетности бизнес-единиц рассматривают три группы форм капитала в стоимостном состоянии: активы, обязательства и собственный капитал [8].

Капитал в субъективированном состоянии – это благо в деятельности человека, связанной с реализацией правовых отношений собственности (владения, распоряжения, пользования). Субъективированное состояние капиталов проявляется в доминирующей логике роста / развития бизнес-единицы. Под доминирующей логикой понимаются основные подходы и знания, которыми руководствуется персонал компании, о том, как работает окружающий мир и как фирма конкурирует в этом мире, чтобы заработать деньги [9]. Под бизнес-единицей понимается хозяйствующая структура, предоставляющая отдельную отчетность финансовой деятельности в государственные статистические и налоговые органы.

Поток капитала – это включение капитала в надлежащие процессы воспроизводства и увеличения стоимости, осуществление отношений собственности и движения в донорно-акцепторных связях между бизнес-единицами либо внутри них. Корреляционные взаимосвязи между потоками капиталов в донорно-акцепторных связях нелинейные.

Перейдем к интерпретации терминов «развитие бизнес-единицы» и «инновация» в синергетической парадигме.

Инновация – это признак доминирующей логики необходимости реализации процессов роста / развития бизнес-единицы, проявляющийся в новой комбинации потоков капиталов бизнес-единицы с ускоренным воспроизводством и возрастанием стоимости для указанных ниже случаев:

- изготовление нового, т.е. еще неизвестного потребителям, блага или создание нового качества того или иного блага;
- внедрение нового, т.е. в данной отрасли промышленности еще практически неизвестного, метода (способа) производства, в основе которого не обязательно лежит

новое научное открытие и который может заключаться также в новом способе коммерческого использования соответствующего товара;

- освоение нового рынка сбыта, т.е. такого рынка, на котором данная отрасль промышленности этой страны еще не была представлена, независимо от того, существовал этот рынок прежде или нет;

- получение нового источника сырья или полуфабрикатов равным образом независимо от того, существовал этот источник прежде, или просто не принимался во внимание, или считался недоступным, или его еще только предстояло создать;

- проведение соответствующей реорганизации, например обеспечение монопольного положения (посредством создания треста) или подрыв монопольного положения другого предприятия [10].

Антикризисное прогнозирование потоков капитала осуществляется в интерактивном режиме мониторинга финансовой деятельности бизнес-единиц с годовым интервалом времени между интеракциями. Каждая интеракция состоит из трех этапов.

1. Шаг первый: диагностирование объективно обусловленной перспективы (определяемой условиями рыночной среды и состоянием фирмы на траектории жизненного цикла) роста / развития бизнес-единицы с помощью когнитивного (познавательного) фильтра на основе индикативной модели потоков капиталов.

Интерпретация экономического содержания в синергетической парадигме:

- для индикативной модели потоков капиталов это модель, позволяющая определить нормативы изменения комбинации потоков капиталов, доходов и расходов для определенной группы бизнес-единиц в интервале между определенными интеракциями;

- для когнитивного (познавательного) фильтра диагностирование характера дальнейшей эволюции роста / развития бизнес-единицы – это объективно обусловленные оценки потоков капиталов, доходов и расходов определенной бизнес-единицы на момент времени той или иной интеракции [6].

Объективно обусловленные оптимальные оценки потоков (ООО-оценок) капиталов, доходов и затрат в условиях оптимизационной задачи, решаемой по вычислительному алгоритму симплекс-метода на индикативной модели потоков капиталов, показывают, насколько изменится значение критерия оптимальности (максимизации потока доходов при стабильном потоке расходов или минимизации потока расходов при стабильном потоке доходов) при приращении соответствующих потоков капиталов на единицу.

С помощью ООО-оценок можно понять, к каким экономическим последствиям ведут прирост дополнительной единицы потока капитала или устранение причин, порождающих необходимость этого прироста. ООО-оценки являются также показателями взаимозаменяемости потоков капиталов относительно заданного критерия в рамках решения экономико-математической задачи на индикативной модели потоков капиталов.

2. Шаг второй: разработка (корректировка) доминирующей логики реализации стратегии роста / развития бизнес-единицы с инновационным содержанием на основе теории ограничений систем Голдратта [3], модифицированной для использования в комплексе с когнитивным (познавательным) фильтром диагностирования своевременности обеспечения роста / развития потоков капиталов.

Модифицированная теория ограничений систем предлагает концентрировать внимание только на ключевых моментах – ограничениях деятельности бизнес-единицы, сдерживающих ускорение процесса воспроизводства и возрастания стоимости. Каждое действие бизнес-единицы в направлении ее развития, в том числе инновационное, должно вызывать ускорение, возрастание стоимости или воспроизводство ее капитала.

Модифицированная теория системных ограничений содержит набор инструментов, правил, методов решения задач.

Инструменты представлены пятью видами логических деревьев («дерево текущей

реальности», диаграмма разрешения конфликтов, «дерево будущей реальности», «дерево перехода», план преобразований) и логическими правилами, определяющими их построение. Правила называются «Критерии проверки логических построений».

С помощью дерева текущей реальности (ДТР) выявляют истинные причины или одну ключевую проблему, вызвавшую через причинно-следственные связи дефициты и резервы потоков капиталов. Ключевая проблема обычно и есть то ограничение, которое необходимо выявить, а затем устранить.

Диаграмма разрешения конфликтов (ДРК) основывается на утверждении, что большинство возникающих проблем вызвано неким конфликтом, который мешает решить проблему обычным путем. ДРК позволяет генерировать инновационные идеи, способные обеспечить «прорыв» в решении хронических проблем.

Дерево будущей реальности (ДБР), во-первых, позволяет удостовериться в правильности предпринимаемого действия, во-вторых, дает возможность определить, какие негативные последствия или риски может вызвать предпринимаемое действие.

С помощью дерева перехода (ДП) определяют препятствия (или риски), осложняющие выполнение тех или иных действий, способы их преодоления, а также устанавливают последовательность действий, необходимых для достижения цели.

План преобразования содержит последовательность шагов для реализации решения и обоснование каждого шага.

3. Шаг третий: определение донорно-акцепторных связей между бизнес-единицами или внутри них и оценка интенсивности потоков капиталов.

Применение представленной операционной схемы антикризисного прогнозирования потоков свободных капиталов, совмещаемое с улучшающими инновациями, может быть достаточно эффективным только в период выхода из экономического кризиса. Улучшающие (модифицирующие) инновации – это малые, но важные или существенные улучшения продуктов и процессов. Обычно они базируются на мелких изобретениях и преобладают в фазах распространения и стабильного развития жизненного цикла товаров и отраслей. По существу, это прирастающие инновации, которые продолжают технические улучшения и распространение базисных радикальных инноваций в конкретной области их приложения [4].

Антикризисное прогнозирование потоков свободных капиталов может быть фрагментом прогнозирования потоков капиталов в стратегических инновационно-логистических сетях, основанных на базисных инновациях.

Базисные инновации возникают на основе крупных изобретений, дают начало новым, ранее неизвестным поколениям и направлениям техники и продуктов, а также процессам, основанным на новых научных принципах. Базисные инновации требуют наибольших инвестиций, процесс их разработки является длительным, а их коммерциализация наиболее рискованна и приводит к появлению новых технологических укладов и отраслей. Базисные инновации влекут за собой разработку пакета – кластера улучшающих (модифицирующих) инноваций [4].

Таким образом, создание и развитие стратегических инновационно-логистических сетей, в том числе транснациональных, – одно из эффективных направлений предупреждения мировых экономических кризисов.

Литература/источники:

1. Боровиков В.П., Боровиков И.П. STATISTICA – Статистический анализ и обработка данных в среде Windows. – М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1997. – 608 с.
2. Гусаров Ю.В. Управление: адаптация к экономическим циклам / Под ред. проф. Б.И. Шумратова. – Изд. Саратовского ун-та, 1994. – 110 с.
3. Детмер У. Теория ограничений Голдратта. Системный подход к непрерывному совершенствованию. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 448 с.

4. Ермасов С.В., Ермасова Н.Б. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. – М.: Высшее образование, 2007. – 510 с.
5. Зуев А., Мясникова Л. Социальный капитал и инновационная деятельность // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2004. – №2. – С. 47–53.
6. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь. – М.: Наука, 1993. – 448 с.
7. Новейший философский словарь. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск: Интерпрессервис; Книжный Дом, 2001. – 1280 с.
8. Хорин А.Н. Финансовая отчетность организации: раскрытие основных форм отчетности // Бухгалтерский учет. – 2001. – №8. – С. 57–62.
9. Чесбро Г. Открытые инновации / Пер. с англ. В.Н. Егорова. – М.: Поколение, 2007. – 336 с.
10. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 363 с.

Никитина Мария Сергеевна,
студентка 4 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
Nikitinani76@yandex.ru

Пудовкина Ольга Евгеньевна,
научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olechkasgeu@mail.ru

СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические определения, виды и формы социальной защиты населения в России, особенности социальной поддержки граждан Самарской области. Выявлены проблемы, тормозящие развитие государства в сфере социального обеспечения.

Ключевые слова: социальная политика, социальная защита, программы поддержки, социальные службы.

На современном этапе социального развития одной из форм эффективного функционирования поддержки населения и главной темой новостей является социальная защита населения. Новыми проблемами, тормозящими государственное развитие, является появление новых незащищенных групп населения, распространение бедных слоев населения и недостаточная поддержка малоимущих граждан, что отрицательно сказывается на социальной политике государства.

Актуальность данной темы обозначена тем, что поддержка населения присутствует сегодня в каждой программе развития государства, что является значимым обсуждением России XXI века. Эффективная реализация социальной политики является основной целью не только нашего государства, но и зарубежных стран в том числе.

Целью исследования является анализ теоретических аспектов “социальная политика” и “социальная защита населения”, а также выявление острых проблем, стоящих перед государством на сегодняшний день.

В современной экономической литературе нет общего определения социальная защита, но есть теории известных ученых, которые высказываются по данному термину.

По мнению Р. М. Садыкова, социальная защита населения или обслуживание населения социальными рычагами представляет собой основу благополучия для отдельных категорий граждан, которым необходима поддержка государства, а также социальная защита является инструментом выравнивания уровня жизни различных демографических и социальных групп, преодоления демографических диспропорций [7]

Следующий автор, который так же высказался по определению “социальная защита населения”, Е. С. Кокшарова считает, что социальная защита населения есть ни что иное как мероприятия социального характера, которые проводятся органами социальной защиты государства, а их главное целью является поддержка малоимущих слоев населения в рамках социальной политики в России. [3]

В ст. 7 Конституции РФ говорится, что Россия является социальным государством, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека. Так же в Российской Федерации охраняются труд и здоровье людей, устанавливается гарантированный минимальный размер оплаты труда, обеспечивается государственная поддержка семьи, материнства, отцовства и детства, инвалидов и пожилых граждан, развивается система социальных служб, устанавливаются государственные пенсии, пособия и иные гарантии социальной защиты. [4]

Итак, исходя из определений, на рисунке 1 мы можем выделить следующие объекты социальной защиты, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, по федеральному и региональному законодательству:



Рис. 1. Объекты социальной защиты РФ

Исходя из наших рассуждений, социальная защита населения трактуется в следующих формах, которые включают в себя так же виды защиты:

1. Государственные формы:

- доступное здравоохранение и образование;
- льготы;
- пенсионное обеспечение;
- меры социальной поддержки и др.

2. Негосударственные формы:

- добровольное социальное страхование;
- благотворительность;
- частные системы здравоохранения и т.д.

В системе социальной защиты населения нашего государства можно так же выделить как отдельную категорию – социальное обслуживание, которое заключается в деятельности социальных служб по социальной поддержке не только самого гражданина, но и в социально-бытовых, социально-медицинских, материнской помощи и социально-правовых услугах, в которых он проживает, находясь в трудной жизненной ситуации.

Социальными службами, по нашему мнению, являются учреждения или организации, предоставляющие услуги социального характера и поддержки граждан. Для социальных служб необходимы такие факторы, как доступность любому гражданину, попавшему в трудную жизненную ситуацию, добровольность, гуманность, конфиденциальность, профилактическая направленность и многие другие, которые устанавливают требования к качеству социальных услуг. [6]

На сегодняшний день, в Российской Федерации существует программа под названием: «Социальная поддержка граждан». В ней намечены основные ориентиры и задачи, которые необходимо выполнить до 2020 года. [1] Прежде всего это выполнение обязательств нашей страны по социальной поддержке граждан. Второй задачей является обеспечение потребности граждан в социальном обслуживании. Следующей задачей служит создание благоприятных условий для функционирования института семьи. И последняя задача – повышение значимости негосударственных некоммерческих организаций в предоставлении социальных услуг населению.

Исходя из данных программы «Социальная поддержка граждан» объем бюджетных ассигнований на реализацию данных задач на 2018 год составлял 2024546121,8 тыс. рублей, на 2019 – 2049730813,2 тыс. рублей, и на конец 2020 года планируется достичь объема ассигнований в 2089594052,7 тыс. рублей [5]. Из чего мы видим положительную тенденцию увеличения денежных средств, исходя из которых государство должно получить следующие ожидаемые результаты от реализации программы:

- социальная поддержка незащищенных слоев населения;
- увеличение удельного веса учреждений социального обслуживания до 12,4 процента к 2020 году;
- рост суммарного коэффициента рождаемости до 1,812 к 2020 году;
- увеличение объемов социальных услуг, оказываемых социально ориентированными некоммерческими организациями.

Говоря о Самарской области, то значительное внимание уделяется созданию условий для реализации потенциальных возможностей людей с ограниченными возможностями здоровья, обеспечению малоимущим семьям с детьми достойный уровень жизни. Понимая это, в Самарской области создана целая система социальной поддержки семей. В 2019 году в Самарской области из федерального и регионального бюджетов такую помощь получили более 100 тыс. семей. Расходы превысили 7 млрд. рублей. [2]

Конечно, сегодня, в нашей стране существует и достаточное количество проблем, связанных с социальной поддержкой семей. Такие как: недостаточный уровень рынка труда в стране, недостаточное развитие отраслей человеческого капитала, а именно здравоохранения и страхования, неэффективная поддержка комплексной программы пожилым людям и др. Но, если перед государством будут носить значимый характер решение данных проблем, то социальная защита населения станет одной из главных направлений социальных реформ XXI века. Необходимо разрабатывать и модернизировать федеральные и муниципальные программы с сочетанием государственных мер для социальной защиты населения.

Таким образом, можно подвести итог тем, что существует достаточное количество проблем, связанных с поддержкой малоимущих граждан или населения, попавшего в трудную жизненную ситуацию, однако с каждым годом намечаются и реализуются пути решения данных проблем. Необходимо, по нашему мнению, восстанавливать рабочие места в регионах, возвращая развитие промышленности и других отраслей хозяйства. Такое оздоровление экономики принесет пользу не только самому государству, но и позволит улучшить материальное положение граждан, избавив их от трудных ситуаций в жизни.

Литература/источники:

1. Государственная программа «Социальная поддержка граждан» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/499091783> (Дата обращения: 07.03.2020)
2. Информационный портал о дружбе народов// Послание Губернатора Самарской области Д.И.Азарова (3 февраля 2020 г.) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.samddn.ru/novosti/novosti/poslanie-gubernatora-samarskoj-oblasti-d-i-azarova-3-fevralya-2020-g/> (Дата обращения: 07.03.2020)
3. Кокшарова Е. С., Ковбасюк Ю. Е. Проблемы социальной защиты населения // Молодой ученый. – 2017. – №11. – С. 225-227. – [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/145/40764/> (Дата обращения: 07.03.2020).
4. Конституция РФ 2019// Актуальная редакция с Комментариями по состоянию на 27.01.19.// [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://constitutionrf.ru/rzd-1/gl-1/st-7-krf> (Дата обращения: 08.03.2020)
5. Минтруд России по социальной поддержке граждан РФ//Паспорт государственной программы «Социальная поддержка граждан»// [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://rosmintrud.ru/ministry/programms/3/2> (Дата обращения: 07.03.2020)
6. Садыков Р. М. Проблемы бедности и благосостояние населения в условиях нестабильности социально-экономических систем // Региональная экономика: теория и практика. – 2017. – № 7. – С. 1299–1310.
7. Садыков Р. М., Большакова Н. Л. Социальная защита населения муниципального образования // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – № 6 (июнь). [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2018/183031.htm>. (Дата обращения: 10.03.2020)

Никитина Мария Сергеевна,
студентка 4 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
Nikitinani76@yandex.ru

Шарохина Светлана Владимировна,
научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация. В статье рассмотрены перспективы развития малого бизнеса в России. Названы основные виды деятельности, которые развиваются в малом бизнесе. Описаны преимущества малого предпринимательства. Автор анализирует ключевые проблемы, возникающие при развитии различных видов предпринимательства. Автор определяет роль государства в решении таких проблем, как недостаток финансирования и обеспечение рынков сбыта.

Ключевые слова: предпринимательство, малый бизнес, экономика, конкуренция, стратегия.

Развитие малого бизнеса является стратегическим направлением эффективного функционирования экономики любого государства. Благодаря развитию малого бизнеса происходит формирование благоприятных условий для развития конкуренции, что способствует эффективному развитию экономики, созданию рабочих мест, а так же усовершенствованию рыночных отношений в целом. Однако, в развитии малого

бизнеса есть и свои подводные камни, среди которых – недостаток финансирования со стороны государства, нестабильность в системе налогообложения и т.д.

Данная тема является актуальной для развития экономики. Предпринимаются различные мероприятия по поддержке малого и среднего бизнеса, так как именно этот вид предпринимательства призван производить значительную долю валового внутреннего продукта (ВВП) страны, обеспечивать занятость трудоспособного населения, что является благоприятным фактором для экономики РФ.

Целью нашего исследования является изучение теоретических определений малого бизнеса, выявление основных проблем его развития.

На 2019 год по данным Института комплексных стратегических исследований (ИКСИ) в едином реестре малых и средних предприятий (МСП) было зафиксировано 6,04 миллиона организаций, что лишь на 0,03% больше, чем годом ранее. К концу года их число увеличилось до 6,058 миллиона. [8] Данная положительная тенденция развития обеспечена исключительно ростом микропредприятий, которые трактуются государством как компании с годовым доходом не более 120 млн рублей и среднесписочной численностью сотрудников до 15 человек.

Разберемся с определением малого бизнеса. Малое предпринимательство трактуется, как своего рода небольшая компания, фирма или предприятие, принадлежащее частному лицу. Как правило, это – производство, характеризующееся небольшими производством и выручкой, имеют ограниченный штат персонала. [6] Такой бизнес помогает предпринимателям выживать в кризисные ситуации, которые попало их крупное производство, если таковое имеется. Безусловно, что открытие своего личного дела, в первую очередь, является развитием личности, его интересов, возможностей или внутренних качеств. Для открытия малого предприятия человеку следует набирать навыки эффективного управления, воспитывать определенные качества бизнесмена.

На рисунке представлены виды деятельности малого бизнеса, существующие в России на 2019 год, согласно данным «Tadviser Summit». [3]

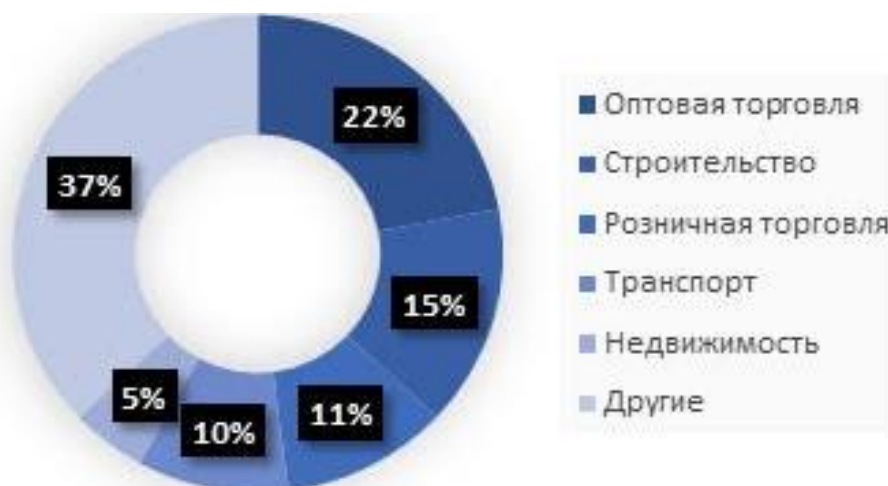


Рисунок – Виды деятельности малого бизнеса

Как следует из представленной информации, малый бизнес в России, в основном, представлен предприятиями, занимающимися оптовой торговлей, на втором месте – строительство, далее – розничная торговля, транспорт, купля – продажа недвижимости. При этом почти 40% составляют предприятия других мелких видов деятельности, которые не целесообразно выделять в отрасли по причине их небольшого числа и краткого срока существования.

Основные преимущества малого бизнеса представлены в таблице. [5]

Таблица – Преимущества малого бизнеса

Преимущества малого бизнеса	Подробное описание
Стартовый капитал низок и полный контроль над компанией	Как правило, личный бизнес можно открыть, даже имея небольшую первоначальную сумму, которая может дать шанс на дальнейшее продвижение. Владелец может принимать единовластные решения в управлении, не тратя время на преодоление бюрократических формальностей.
Легкость в управлении	Благодаря малому объему производства, предприниматель может легко управлять процессом и контролировать его.
Мобильность и гибкость	Малый бизнес удобен своей возможностью изменяться под влиянием экономической ситуации. Необходимые корректировки легко внести, а также можно без лишних усилий поменять местоположение малого бизнеса (например, магазина), нежели крупного промышленного комплекса.
Удобное продвижение	Реклама является легкодоступной и не требует много денежных средств.

Но, несмотря на положительные эффекты от функционирования малого бизнеса, существуют и проблемы его развития, которые тоже следует рассмотреть. [2]

Главные проблемы начинающего предпринимателя – найти нужное помещение, принять на работу квалифицированных работников, закупить новое оборудование и т.д.

Так же одной из проблем, с которой сталкиваются российские предприниматели – недостаток финансирования, что особенно ощущается в малых регионах России. Для открытия бизнеса нужны дополнительные средства, которыми в основном являются кредиты банков, но решение этой проблемы невозможно без рационально разработанной финансово-кредитной поддержки. Высокие ставки рефинансирования по кредитам являются недоступными для большинства свободных предпринимателей.

Из-за тяжелой налоговой нагрузки, излишней контрольно-надзорной деятельности, многие предприниматели не регистрируют свою деятельность, уходят в тень. И таких предприятий по разным оценкам от 30 % до 50 %. [1] Немаловажную роль в развитии данной тенденции играет и необходимость предпринимателям совершать значительные взносы в различные внебюджетные фонды. Следовательно, с экономической точки зрения, особенно в послекризисный период, невыгодно иметь малый и средний бизнес, а тем, кто имеет свой микробизнес невыгодно расширяться и развиваться.

Малое предпринимательство решило бы многие проблемы, которые были перечислены ранее, при осуществлении специальных программ поддержки по отношению к данному виду предпринимательства. [4]

На 2020 год разработаны и приняты следующие виды господдержки малого предпринимательства:

1. Гарантированный рынок сбыта – то есть определенные привилегии предпринимателям при проведении закупок.
2. Субсидирование – размеры субсидий в 2020 году варьируются от 60 тыс. руб. до 25 млн руб., которые выделяются государством на развитие конкретных сфер деятельности.
3. Освобождение от отчетности и ведения кассовых операций.
4. Информационная и консультационная поддержка.
5. Гарантированы льготы на использование госимущества. Кроме того, Президент РФ В. В. Путин в ежегодном Послании Федеральному Собранию РФ предложил дополнительную поддержку малого и среднего бизнеса, которая заключается в утверждении стабильных налоговых условий, регламентации работы контрольно-надзорных органов, поддержке внедрений инновационных разработок и проектов, повышении уровня финансирования со стороны государства, а так же в совершенствовании программы льготного кредитования малого бизнеса. [7]

Из всего вышесказанного, мы можем сделать выводы о том, что развитие малого предпринимательства, действительно, актуально, так как может внести существенный вклад в развитие экономики страны. Особую роль в поддержке малого и среднего

бизнеса играет государство, так как в его интересах решение множества социальных проблем, таких как: безработица, низкая производительность труда, развитие цифровых технологий, инфляционная неустойчивость экономики и др. Государственные программы, направленные на поддержку малого предпринимательства, позволят гибко и эффективно функционировать малому бизнесу внутри страны, внося значительный вклад в общее развитие. Только поэтапная реализация всего комплекса мер по развитию малого и среднего бизнеса в России поможет совершить такой необходимый экономический прорыв в новый технологический век.

Литература/источники:

1. Бабич Е.В. Малый бизнес в России. Пути развития // Молодой ученый. – 2018. – №18. С. 293-295.
2. Глинова Т.А. Проблемы развития малого бизнеса в России // Концепт. – 2015. – №8 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2015/15266.htm>. (Дата обращения: 10.03.2020).
3. Государство. Бизнес. IT. Tadviser, 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/a/324862> (Дата обращения: 05.03.2020).
4. Левченко К.А., Епанчинцев В.Ю. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. – 2018. – №.1 (12) [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://e-journal.omgau.ru/images/issues/2018/1/00524.pdf>. (Дата обращения: 10.03.2020)
5. Майданевич Ю. П., Бедрик К. А. Малый бизнес: понятие и преимущества // АНИ: экономика и управление. – 2017. – Т. 6. – № 2 (19). С.177 – 180.
6. Митюкова Д.Э., Макарычева Е.И. Роль малого бизнеса в экономике России // Молодой ученый. – 2019. – № 15. С. 215-217. (Дата обращения: 08.03.2020).
7. Послание Президента России Федеральному Собранию РФ, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2020/01/15/putin-prizval-zavershit-reformirovanie-nadzornoj-sistemy-v-2020-godu.html> (Дата обращения: 07.03.2020).
8. Статистика и исследование Института комплексных стратегических исследований. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/flood/59425-issledovanie-kolichestvo-kompaniy-malogo-i-srednego-biznesa-v-rossii-vyroslo-na-0-03-v-2018-godu> (Дата обращения: 07.03.2020).

Осипов Алексей Александрович,

студент 3 курса, филиал ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет»,
г. Сызрань
sah-oc@mail.ru

Осипова Ольга Константиновна,

инженер, ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет»,
г. Сызрань
osipova.ok@mail.ru

К ВОПРОСУ О ПОКАЗАТЕЛЯХ ОЦЕНКИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Аннотация. В работе рассмотрены методологические подходы к оценке человеческого капитала. Представлен также новый подход к оценке человеческого капитала, сформирован перечень показателей оценки ЧК преподавателей ВУЗа, что позволяет оценивать данный показатель с нового ракурса, с учетом отраслевой принадлежности. Рассматриваемая проблематика не имеет значительных научных разработок, а потому требует дальнейших исследований.

Ключевые слова: человеческий капитал, многосоставной показатель, стоимость работника.

В настоящее время в экономической науке возрастает интерес к человеческому капиталу, поскольку только человеческий капитал не выражен в балансе организации в доходной части и, соответственно, не может повышать стоимость организации. Кроме того, оценка человеческого капитала может помочь организации повысить эффективность его использования и улучшить методы стимулирования работников к его использованию. Это актуально для любой организации, в том числе, и для высшего учебного заведения.

Одной из основных задач на современном этапе развития экономики, является признание экономической и социальной важности использования человеческого капитала. В связи с этим, актуален вопрос объективной оценки человеческого капитала преподавателей ВУЗа, который зависит от ряда показателей.

Целью нашей работы является определение показателей оценки человеческого капитала, позволяющих увеличить эффективность его использования. Для достижения поставленной цели были решены ряд задач:

1. На основе анализа литературных источников, посвященных теме, изучить показатели человеческого капитала и методики его оценки.
2. Предложить новые показатели оценки человеческого капитала преподавателей вуза.
3. Сделать выводы о проделанной работе.

Одним из популярных подходов к оценке человеческого капитала является модель индивидуальной стоимости работника, разработанная в Университете Мичигана. Суть модели – индивидуальная ценность работника определяется объемом услуг, который, как ожидается, работник предоставит или реализует, работая в данной организации до момента ухода. А затраты на его содержание будут оценены величиной альтернативных издержек текущести.

$$PC = UC \times P(O), \quad (1)$$

$$P(T) = 1 - P(O), \quad (1) \quad (2)$$

$$AIT = UC - C = PC \times P(T) \quad (3)$$

где UC и PC – ожидаемые условная и реализуемая стоимости; $P(O)$ – вероятность того, что работник останется работать в организации через некоторый промежуток времени; $P(T)$ – вероятность ухода работника из организации или показатель текущести; AIT – альтернативные издержки текущести.

Еще одним зарубежным подходом к оценке человеческого капитала является методика Г. Беккера, согласно которой стоимость человеческого капитала определяется следующим образом [1]:

$$V_a = \sum_{t=a}^n (B - C)(1 - i)^{-t} \quad (4)$$

где V_a – оценка человеческого капитала работника в возрасте a ; B – общая заработная плата; C – часть заработной платы, приходящаяся на труд; n – возраст, в котором заканчивается активная трудовая деятельность человека; i – процентная ставка.

Несмотря на простоту формулы, данная методика имеет тот недостаток, что учитывается только показатель возраста, хотя другие показатели могут косвенно быть отражены в заработной плате C .

В отечественной практике широкое распространение получил подход, в основу которого положена методика расчета стоимости человеческого капитала предприятия В. Алавердяна [2]. Здесь «Гудвилл человеческого капитала» представляет собой коэффициент, который отображает реальную рыночную стоимость работника, обладающего теми

или иными компетенциями, представляющими интерес для потенциального работодателя.

Метод расчета оценки человеческого капитала организаций государственной службы на основе экспертного метода был предложен Гониным Д.В. [3]. Он предложил перечень из тринадцати показателей и указал, что вес одного из них – стажа работы – составляет $\frac{1}{4}$ от веса других показателей. Взяв за основу его метод, как наиболее понятный, мы сформировали перечень показателей оценки человеческого капитала преподавателей ВУЗа.

ПРОСТЫЕ:

1. соответствие образования профессиональной деятельности;
2. наличие ученой степени;
3. наличие ученого звания;

МНОГОСОСТАВНЫЕ:

4. индекс Хирша;
5. уровень IQ;
6. количество защищенных объектов интеллектуальной собственности;
7. уровень профессиональных достижений;
8. количество разработанных авторских курсов;
9. количество подготовленных кандидатов и докторов наук;
10. научно-педагогический стаж.

Предлагаемый нами подход ориентирован преимущественно на оценку уровня профессионального развития преподавателей. Введем в оборот показатель $P_{орг}$ – индекс профессионального развития (ИПР).

Расчет ведется в предположении, что вес любого показателя (его важность) не может превышать 1 (100%). В первом приближении, как и Гонин Д.В. всем показателям, кроме показателя стажа присвоим вес 1, а показателю стажа – вес 0,25 (установлено НИИ труда). Предположим, что максимальный ИПР «идеальной» организации равен 100 баллам. Учитывая, что ИПР организации равен сумме отдельных показателей, можно рассчитать величину P – количество баллов для единицы веса (важности) показателя, которая для наших условий расчета составит 10,81 балла.

Соблюдая условия $0 \leq V_i \leq 1$, где V_i – вес (важность) показателя, зададимся наивысшим суммарным баллом оценки ЧК организации – 100 баллов. Тогда:

$$100 = \sum_{i=1}^{10} P_i = \sum_{i=1}^{10} B_i P = P \cdot \sum_{i=1}^{10} B_i, \quad (5)$$

При принятых допущениях $V_1= V_2= \dots = V_9= 1$, $V_{10}= 0,25$ имеем:

$P=10,81$ и $P_1= P_2= \dots = P_9= 10,81$, $P_{10}= 2,7$. Таким образом, девять показателей максимально могут быть оценены в 10,81 балла, а показатель стажа – в 2,7 балла. Для дальнейшего примера условимся считать, что в организации работает 100 преподавателей.

Далее расчет простого показателя «Соответствие образования сфере профессиональной деятельности». Если количество работников, имеющих соответствующее образование составит 75 человек, или 75% от общего числа работников, тогда данный показатель по организации составит 8,108.

Таблица 1

Расчет ценности простого показателя (общее количество работников $N=100$)

Название показателя	Вес (B_i)	Значение показателя ($P_i=P_{max} \cdot B_i$)	Кол-во работников (n_i)	Доля работников $\%_{oi}=n_i/N$	Значение показателя организации $P_{опri}=\%_{oi} \cdot P_i$
Соответствие образования сфере профессиональной деятельности	1	10,81	75	0,75	8,108

Отдельного внимания заслуживает алгоритм расчета многосоставного показателя – например «Научно-педагогического стажа преподавателя».

Таблица 2

Расчет ценности многосоставного показателя (общее количество работников N=100)

Название показателя	Вес (B _i)	Значение показателя (P _i =P _{max} *B _i)	Кол-во работников (n _i)	Доля работников % _{oi} =n _i /N	Значение показателя организации P _{opri} =% _{oi} *P _i
Научно-педагогический стаж	0,25	2,7	57	0,57	1,539
до 1 года	0,5	1,35	2	0,02	0,027
от 1 года до 5 лет	0,75	2,03	5	0,05	0,102
от 5 лет до 10 лет	1	2,7	10	0,10	0,27
от 10 лет до 15 лет	0,9	2,43	25	0,25	0,608
более 15 лет	0,75	1,35	5	0,15	0,203

Для многосоставного показателя недостаточно допустить, что он есть. Различный стаж работы предполагает разные возможности работника и разное отношение к выполняемой работе. В связи с этим предлагается для интервалов значений многосоставных показателей вводить корректирующие веса, которые показывают эффективность ЧК работника по сравнению с работником, который обладает максимальной эффективностью (корректирующий вес равен 1). Произведение веса показателя (базовый вес) на корректирующий вес будет весом (важностью) интервала показателя.

Многосоставной показатель может быть использован и как простой. В тоже время простой показатель, например, «Наличие ученой степени» может быть рассмотрен как многосоставной (наличие степени кандидата наук или доктора наук).

Для внедрения данной системы оценки ЧК в филиале СамГТУ предлагается осуществить следующие шаги:

- Провести опрос преподавателей ВУЗа, узнать их мнение о степени важности предложенных показателей и определить вес (важность) каждого показателя экспертным методом.

- Дать обоснованные оценки корректирующим весам для расчета многосоставных показателей.

- Провести расчет показателей человеческого капитала преподавателей вуза и сделать вывод о степени адекватности разработанной методики.

Таким образом, по результатам работы можно сделать следующие выводы, основным из которых, на наш взгляд, является разработка новой адаптированной к применению в вузе методики оценки ЧК, которая поможет осуществить корректирующие мероприятия для повышения эффективности использования ЧК вузовских преподавателей:

- Существующие показатели оценки человеческого капитала не отражают его структуру при подсчете ЧК преподавателей и ВУЗа.

- Применение рассмотренного инструмента позволяет оценивать человеческий капитал преподавателей ВУЗа с нового ракурса, с учетом отраслевой принадлежности.

- Предложенная методика позволяет осуществлять межрегиональные сравнения по уровню развития человеческого капитала, определять направление и динамику изменений, как общего уровня развития человеческого капитала, так и его составляющих.

- Предложенный индекс ИПД может быть внедрен в систему ключевых показателей эффективности ЧК вуза.

- Для внедрения разработанной методики требуются дальнейшие исследования.

Литература/источники:

1. Беккер, Г. Человеческий капитал: теоретический и эмпирический анализ, с особым акцентом на образование / Г. Беккер. – Чикаго: Издательство «The University of Chicago Press», 1993. – 390 с.
2. Аллавердян В. Оценка стоимости кадрового потенциала предприятия. [Электронный ресурс//Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/people/value_people.shtml.]
3. Гонин, Д.В. Методика оценки человеческого капитала в сфере государственного управления: современный подход. [Электронный ресурс//Режим доступа: <https://docviewer.yandex.ru/view/313476924...>]

Перепелица Н. Д.

курсант 2 курса, 41 группы, филиал ВВУНЦ ВВС ВВА,
Сызрань

Федотов Е. М.

курсант 2 курса, 42 группы, филиал ВВУНЦ ВВС ВВА
Сызрань

Носаль Р. В.

курсант 2 курса, 41 группы, филиал ВВУНЦ ВВС ВВА
Сызрань

Клейменова Татьяна Николаевна
преподаватель 12 кафедры МиЕНД

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ КРЫМА В СОСТАВЕ РОССИИ
В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Аннотация. В данной статье показано как за шесть лет изменилась ситуация на полуострове Крым в составе Российской Федерации. В ходе исследования отражаются промышленные и общегеографические выгоды вступления, производится сравнение качества жизни населения до вступления в Россию. Показаны какие проекты уже реализованы для социально-экономического развития Республики.

Ключевые слова: Крымский мост, федеральная трасса, Крым, энергопотенциал, аэропорт, социально-экономические показатели стратегическая цель, кластеры, цифровая экономика.

16 марта 2014 года, около 97% крымчан, которые приняли участие в референдуме, проголосовали «за» присоединения Крыма с Россией. В тот же день президент России подписал указ о признании Республики Крым суверенным и независимым государством.

На момент присоединения Крыма к России, социально-экономические показатели были в несколько раз ниже российских. По данным на май 2014 года, 95 % бюджета региона наполнялось за счёт Российской Федерации. В августе 2014 г. была принята федеральная целевая программа «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 г.» (ФЦП) с финансированием в 837 млрд рублей.

В ходе ее реализации успехи достигнуты на следующих направлениях:

1. Транспортная инфраструктура;
2. Энергетика;
3. Улучшение качества жизни населения.

19 марта 2014 года президент России Владимир Путин поставил перед министерством транспорта задачу построить и автомобильный и железнодорожный мост через Керченский пролив.

Тщательно подбирались маршрут, учитывались такие аспекты как протяженность перехода, наличие железнодорожных и автомобильных подъездов к нему с обеих сто-

рон, перспектива удорожания строительства в связи с необходимостью создания дополнительных транспортных сооружений на подходах участках, а также перспективы развития порта «Кавказ», железной дороги, угол пересечения с ходом морских судов, возможность направления транспортного потока в обход Керчи, экологические и социально-политические аспекты, ледовая обстановка в зоне прохождения маршрута, а также наличие на территории Таманского полуострова грязевых вулканов.

15 мая 2018 года состоялось официальное открытие. Крымский мост считается одним из крупнейших мостов в России, его протяженность составляет 19 км. Он состоит из параллельно расположенных автомобильной и железнодорожной трасс. Автомобильная трасса состоит из 4 полос, пропускная способность – до 40 тысяч автомобилей в сутки. Железная дорога планирует запустить первые поезда в 2019 году. Будет два пути с пропускной способностью до 47 пар поездов в сутки.

Так же хочу отметить что мост не препятствует судоходству в Керченском проливе, для этого предусмотрены арочные пролеты длиной 227 метров и высотой над зеркалом воды 35 метров.

Благодаря возведению Крымского моста были достигнуты следующие цели: прямое бесплатное автомобильное сообщение с полуостровом Крымом и Севастополем, бесперебойное железнодорожное сообщение, рост туристической привлекательности региона, стабильный товарооборот между полуостровом и материковой частью России.

С 2016-2018 г. реализуются еще два проекта: новый терминал аэропорта в Симферополе «Крымская волна» и федеральная трасса «Таврида».

В 2016 г. началось строительство нового терминала в Симферополе, а уже в апреле 2018 года аэропорт принял своих первых пассажиров. Терминал был построен в рекордные сроки – 22 месяца и было потрачено 45 млрд рублей где 30% составляют инвестиции, и 70% – крымские кредитные вложения банков РНКБ и «Россия». Пассажиропоток, согласно прогнозам, составит сначала 6,5 миллионов человек в год, а впоследствии будет увеличен до 10 миллионов человек. Планируемая пропускная способность терминала в час пик – 3,65 тысяч пассажиров в час.

Безусловно новый аэропорт Симферополя стал из значимых проектов Крыма. В новом здании стало достаточно место для активного досуга и ожидания рейсов: места отдыха, кафе, терраса – все здесь. К аэропорту будет примыкать трасса «Таврида», а это значит, что загруженность дорог по городу Симферополь значительно сократится. Новое место позволило расширить примыкающие к аэропорту технические зоны: парковки, остановки и полосы подъезда. Терминал оснащен всем необходимым, соответствует мировым современным стандартам, а сложное дизайнерское решение еще задолго до окончания строительства сделало его узнаваемым объектом практически во всем мире!

И последний проект, связанный с транспортной инфраструктурой это строительство федеральной трассы «Таврида».

Строительство федеральной трассы «Таврида» считается знаковой точкой, которое связывает, в себе очень многое как изнутри полуострова, так и за его границами. В первую очередь в целом, само по себе строительство является актуально важным. Возведение дорожного полотна – считается «экономическим рычагом», что приводит в действие значительный ряд процессов. А сами по себе дороги, считаются важным результатом для формирования региона.

В Крыму, вопреки запуска четвертой нитки российского энергомоста весной 2016 года продолжают отключения света. С декабря 2015 года в Крым перестала доставляться электричество с материковой Украины из-за повреждения электроопоры в Херсонской области. В настоящее время полуостров снабжается за счет своей генерации, генераторных конструкций и по энергомосту из России. Было принято разрешение о сооружения двух станций в г. Севастополь и г. Симферополь.

15 мая 2015 года были выделены два участка с целью возведения ТЭС. Ранее в сентябре был подведен итог конкурсных процедур и заключен контракт на поставку дополнительного снабжения: котлов утилизаторов и воздушно-конденсационных конструкций. К 15 декабря 2017 года была до конца окончена работа по монтажу каркасов, стеновых ограждающих приспособлений и кровли главных корпусов. Длилась работа по внутренней отделке помещений, а еще по монтажу оснащения. 6 февраля станции обрели официальное названия – Балаклавская ТЭС (г. Севастополь) и Таврическая ТЭС (г. Симферополь). С 10 по 13 сентября 2018 были проведены комплексные тестирования первого энергоблока и с 1 по 13 октября он функционировал в пусконаладочном порядке. Официальная церемония ввода ТЭС в эксплуатацию на полную мощность состоялась 18 марта 2019 года. Стоимость строительства двух ТЭС составила 71 млрд рублей.

Присоединение Крыма к Российской Федерации сказалось и на качестве жизни людей на полуострове. Вплоть до воссоединения на территории полуострова функционировало 175 объектов здравоохранения (больниц, поликлиник и др.). Инвентаризация выявила, что в данных учреждениях длительный период никак не обновлялась материально-техническая база: главные фонды изношены на 70%. на модернизацию здравоохранения в Крыму в 2014 г. выделено приблизительно 2 млрд руб.

Крым и Севастополь всецело вошли в систему ОМС, теперь их жители могут свободно получать первичную помощь в амбулаторных условиях, скорую помощь, специальную медпомощь в стационарах. На полуострове откроются межмуниципальные и межрегиональные центры, оказывающие помощь людям в состояниях, грозящих жизни.

В мае 2014 года стартовала реформа системы образования Крыма. С сентября республика переключилась на российские стандарты образования. Перед этим все без исключения преподаватели региона закончили переподготовку, а в школы Крыма поступили российские учебники. В формировании образования Крыма инвестировали свыше 26 млрд руб., из них 14 млрд – в модернизацию детсадов.

Были сформированы Севастопольский технический университет и Крымский федеральный университет в Симферополе. Планируется, что Крымский федеральный университет в Симферополе станет подготавливать в основном кадры с целью социально-экономического формирования Крымского округа. На начало 2014 года в Крыму проживало приблизительно 700 тыс. людей пенсионного возраста. Сейчас они получают пенсии, пересчитанные в соответствии с российским законодательством.

Подводя итоги за шесть лет, хочется отметить что полуостров Крым находится еще на стадии развития, крупные проекты реализованы или частично находятся в разработке. Почетное место занимает и туризм, деньги сейчас будут инвестировать в данную отрасль. На территории полуострова существует много пансионатов, санаториев, здравниц, которые тоже необходимы в восстановление.

В период до 2030 года экономическое развитие будет ориентировано на инновационное развитие. Объем инновационных товаров, работ, услуг в процентах от общего объема отгруженных товаров, выполненных работ, услуг достигнет 40%. Динамично будут развиваться традиционные отрасли, отрасли и технологии пятого технологического уклада (информационно-коммуникационная сфера, медицинские технологии, биотехнологии, альтернативная энергетика). В результате инновационного пути развития в Республике Крым будет значительно увеличена численность креативного класса. В период до 2030 года Республика Крым будет создана система эффективного государственного и муниципального управления и повышена эффективность бюджетной политики. К этому сроку будет выстроена целостная система стратегического планирования. Система государственного и муниципального управления будет полностью переведена на программно-целевой подход. Широкое распространение получит проектное управление. Оно приведет к снижению рисков, связанных с несвоевременным достижением запланированных результатов деятельности органа власти, неэффективной реализацией поставленных перед соответствующим органом задач.

В указанный период государственные и муниципальные органы Республики Крым будут наиболее активными участниками инициатив АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» по распространению передового опыта в сфере улучшения инвестиционного климата, национальной технологической инициативы, кадрового обеспечения экономики. Республика будет входить в группу наиболее активных регионов, участвующих в большинстве федеральных государственных программ. Это позволит привлечь дополнительные федеральные средства для социально-экономического развития Республики Крым.

В период до 2030 года Республика Крым усилит свои конкурентные преимущества в важнейших отраслях экономики – лечебно-оздоровительном и туристическом комплексе, зерновом хозяйстве, выращивании и переработке масличных и эфиромасличных культур, виноградарстве и виноделии, рыболовстве и рыбоводстве, садоводстве и овощеводстве, судостроении, химической отрасли. Будет снижена энергоёмкость и повышена производительность труда на основе повышения фондовооружённости, внедрения современных технологий на вводимых предприятиях, модернизации действующих производств. В результате реализации Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года произойдёт модернизация хозяйственного комплекса, будет достигнут высокий экономический рост. Это позволит создать условия для опережающего по сравнению со среднероссийскими темпами экономического роста. Сократится отставание Республики Крым от среднероссийских показателей уровня жизни и эффективности производства.

Литература

1. Анализ экономического положения, угроз и перспектив развития Крыма после присоединения к России: Информационно-аналитический доклад / Фонд «Национальная энергетическая безопасность», март 2015 г. [Сайт]: Крымская зеленая безопасность. [Электронный ресурс]. URL: http://crimeagreeneconomy.ru/images/data/gallery/1_9014_Analiz_ekonomicheskogo_polozeniya_Krimea.pdf. (дата обращения 22.03.2019).
2. Бабенко Г.А. Промышленность Крыма: проблемы и пути решения. – Симферополь: Таврия, 2001. – С. 90.
3. Байракова И.В., Романюк Е.В., Назаренко Г.П. Экономическое состояние промышленного комплекса Республики Крым в новых формациях // Успехи современной науки и образования. – 2016. – №12. – Т. 3. – С. 87–90.
4. Бессонова О.Э. Раздаточная экономика России: эволюция через трансформации. – М.: РОССПЭН, 2006. – 143 с.
5. Национальная экономика: учебник / под общ. ред. Р. М. Нуреева. – М.: ИНФРА-М, 2014. – С. 78–126.
6. Обзор «Социально-экономическое положение и пути интеграции в российскую экономику Республики Крым и г. Севастополя. Департамент консалтинга ООО «АФК – Аудит» [Электронный ресурс]. URL: <http://afkgroup.com/upload/files/Crimea.pdf>. (дата обращения 21.02.2019).
7. Проблемы и риски предпринимателей Крыма. Доклад Президенту РФ. 2014 г. [Электронный ресурс]. URL: http://doklad.ombudsmanbiz.ru/pdf/upp_krim_web.pdf. (дата обращения: 22.03.2019).
8. Прогноз научно-технологического развития России на период до 2030 года [Электронный ресурс]: [утвержден Правительством Российской Федерации] / Российская Федерация. – 2014. – Режим доступа : правовая система «Консультант Плюс». – Загл. с экрана.
9. Развитие российской экономики. Тенденции, особенности и пути развития [Электронный ресурс]. URL: <http://naryaterochku.ru/lib/ekonomika/ekonomicheskaya-teoriya/razvitie-rossijskoj-ekonomiki.html> (дата обращения 02.03.2019).

Пронина Екатерина Анатольевна,
студентка 4 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
ep0nina@yandex.ru

Шарохина Светлана Владимировна,
научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КИБЕРПРЕСТУПНИКАМ

Аннотация. В статье были рассмотрены данные, полученные по итогам анализа защищенности от кибератак у клиентов банков. В процессе работы были выявлены недостатки обеспечения безопасности, чаще всего встречающиеся в различных видах корпоративных инфраструктур и приложений. В статье представлена информация злоумышленниках и их жертвах, видах краж и их географии за 2017–2018 гг., а также проанализированы результаты проведенного исследования киберхищений со счетов российских банков.

Ключевые слова: киберпреступность, кибератаки, банк, телефония злоумышленников, банкоматы, мобильные приложения, хакеры.

Киберпреступность – значимая проблема, как для всей мировой экономики, так и для каждой компании в отдельности. По объему потенциального ущерба аналитики Всемирного экономического форума (ВЭФ) ставят киберпреступность на седьмое место в списке основных глобальных рисков. Киберпреступность по размаху опережает техногенные экологические катастрофы и распространение инфекционных заболеваний [3].

Эксперты международной консалтинговой фирмы «Accenture» утверждают, что в 2016 году кибератаки в среднем обошлись одной компании в 13 млн долл. – на 12% дороже, чем в 2017 г. [1]. В 2018 г. общие потери мировой экономики из-за действий хакеров составили 1,5 трлн долл., а в 2019 г. эта сумма составила около 2,5 трлн долл.

На сегодняшний день денежный поток финансовой организации для злоумышленников – это солидная и относительно легкая добыча. Большинство сотрудников по-прежнему плохо соблюдают компьютерную гигиену. Небольшие региональные банки в России или организации в развивающихся странах продолжают экономить на защите от хакеров.

Банкоматы в силу множества своих особенностей до сих пор – слабое звено с точки зрения кибербезопасности даже в богатых и прогрессивных организациях. Наибольшую опасность представляют самые крупные, подготовленные и организованные хакерские группировки. Их цели куда амбициознее, чем у киберпреступников средней руки, поэтому действуют они изощреннее

Целью данной работы является проведение анализа киберхищений со счетов российских банков.

Цифровые услуги банков становятся все популярнее. Общая аудитория веб-сервисов, мобильных приложений и СМС-банкинга в 2018 г. выросла на 5% по сравнению с 2017 г. Почти половина (42%) клиентов финорганизаций использует эти каналы в связке с банкоматами (рис 1).

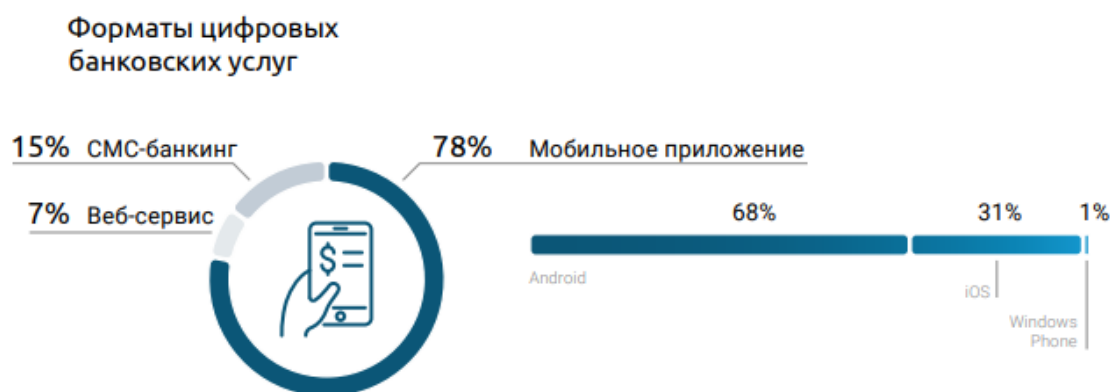


Рисунок 1 – Форматы цифровых банковских услуг

78% пользователей цифровых банковских услуг открывают их через мобильные приложения, преимущественно на платформе Android (68%). СМС-банкинг значительно отстает в популярности: к нему прибегают 15% диджитал-клиентов.

Если рассматривать возрастной показатель, то можно увидеть, что основную долю пользователей банков составляют клиенты в возрасте от 26 до 45 лет - 60% (рис. 2).



Рисунок 2 – Возраст клиентов банков

Логично, что от действий киберпреступников чаще страдают молодые клиенты: большинству жертв до 35 лет (рис. 3).



Рисунок 3 – Возраст жертв киберпреступников

Мошенники, напротив, в целом постарели. На людей возрастом до 25 лет был выпущен 21% подставных банковских карт, а в предшествующие годы эта доля составляла 41% (рис. 4).

Возраст мошенников

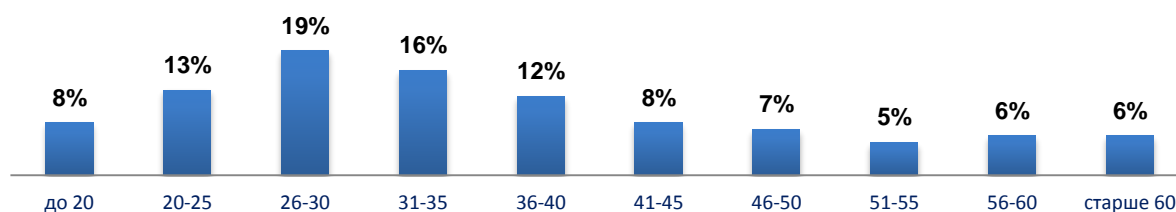


Рисунок 4 – Возраст мошенников

В последние годы мошенники предпочитают эксплуатировать не столько технологические бреши в безопасности банков, сколько человеческую доверчивость. Можно выделить основные часто используемые виды мошенничества (рис. 5).



Рисунок 5 – Виды мошенничества

Часто используемые виды мошенничества:

- Скимминг;
- Социальная инженерия (СМС, звонки, мессенджеры, соцсети, электронная почта (E-mail));
- ВПО (вредоносное программное обеспечение).

До недавнего времени основным способом кражи денег был скимминг – хищение данных банковской карты при помощи устройств для считывания информации с магнитной полосы на карте и перехвата пинкода.

Скиммеры устанавливались на банкоматы под видом конструктивных деталей. С конца 2015 г. этот метод практически сошел на нет: банки внедрили карты с чипом, а Госдума ввела уголовную ответственность за использование скиммеров. За 2018 г. доля хищений средств с их помощью не превысила 1% (рис. 6).

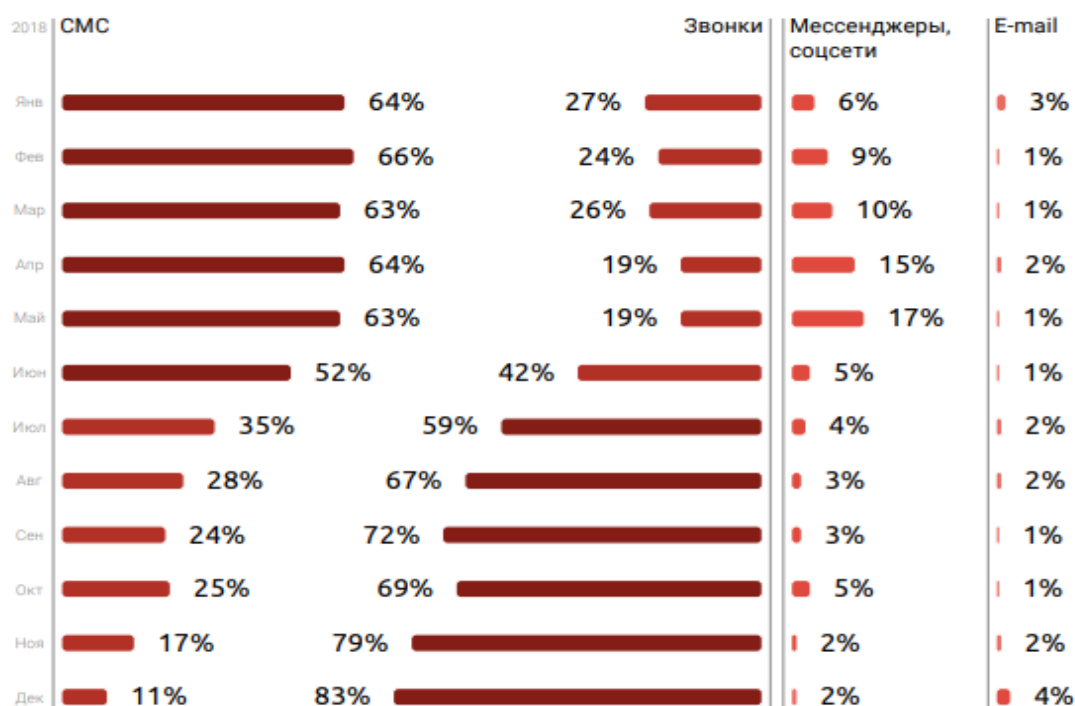


Рисунок 6 – Каналы социальной инженерии

До середины 2018 г. мошенники предпочитали связываться с жертвами по СМС, но к концу года почти полностью перешли на устное общение. Используя метод «Телефония злоумышленников», в 99% случаев преступники звонят с номеров абонентов сотовых сетей, поскольку сим-карты можно купить по паспорту либо оформить на подставное лицо. Транзакции в пользу мошенников (будь то по воле клиента или нет) совершаются чаще всего при помощи подставных карт.

Второе место по числу мошеннических транзакций удерживает СМС-банкинг. Мобильные приложения значительно отстают по популярности от этих двух способов перечисления денег (рис. 7).

Вывод средств

Каналы хищений по количеству транзакций

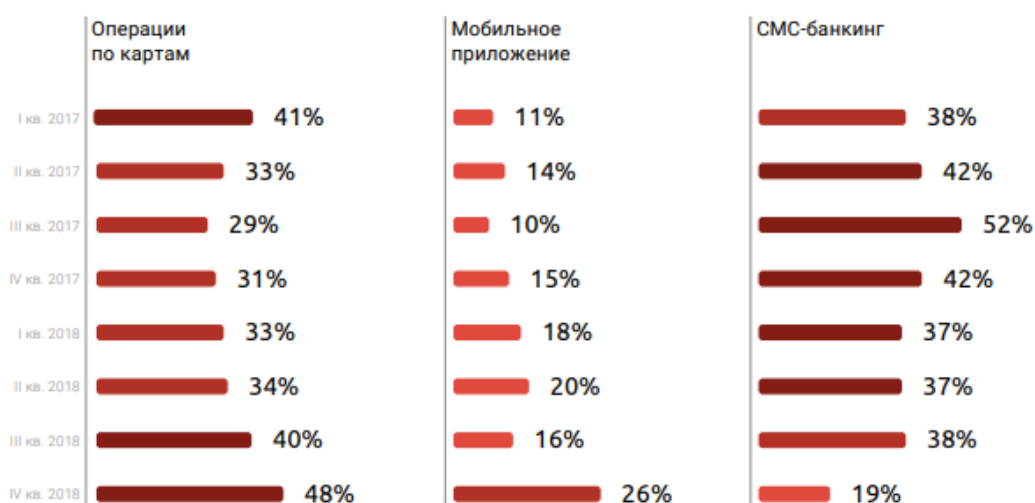


Рисунок 7 – Вывод средств. Каналы хищений по количеству транзакций

Однако средний чек при краже через мобильное приложение выше, чем в случае с СМС-банкингом. Если в III квартале 2018 г. на мобильные приложения пришлось всего 16% атак (против 38% у СМС-команд), то их доля в общей сумме украденного

составила 31% (против 12% у СМС-команд). Этот способ хищения и операции по картам – лидеры по объему выведенных средств за 2018 г.

Похищенные деньги чаще всего перечисляют на подставные карты (63%). Нередко злоумышленники сразу тратят украденные средства (17%) – в таких случаях их обычно переводят на счета в интернет – магазины или игры (23%) либо вкладывают в ценные бумаги (16%). В 8% случаев средства выводят через лицевой счет мобильного телефона. 60% подобных номеров живут меньше 5 дней, а 40% используются повторно.

Большинство подставных карт выпускается в Москве (16%) и Санкт-Петербурге (6%). Среди остальных городов лидирует Челябинск – там выпускается 5% подставных карт. Через банкоматы и отделения украденные деньги выводят всего в 5% случаев. Обналичивание средств тоже чаще всего происходит в Москве (16%), Санкт-Петербурге (11%) и Челябинске (6%).

Еще одним популярным методом мошенничества являются атаки на банкоматы. При кражах из банкоматов злоумышленники остаются верны старым добрым взрывам и физическим взломам [4]. За 2017–2018 гг. доля кибератак в общем числе посягательств составила всего 7%. Когда злоумышленники прибегали к программно-аппаратным методам, то предпочитали использовать устройства для безлимитной выдачи купюр (специалисты по кибербезопасности называют их BlackBox). Вредоносное программное обеспечение (ПО) присутствовало только в 1% атак. На 40% сократилось число атак на банкоматы в 2018 г. Физических взломов стало меньше на 36%, а кибератак – в четыре раза.

Специалистами банков постоянно проводится анализ защищенности клиентов. Большинство из них – организации финансового сектора, промышленности, розничной торговли и ИТ. Объекты таких исследований делятся на четыре группы (рис.8).

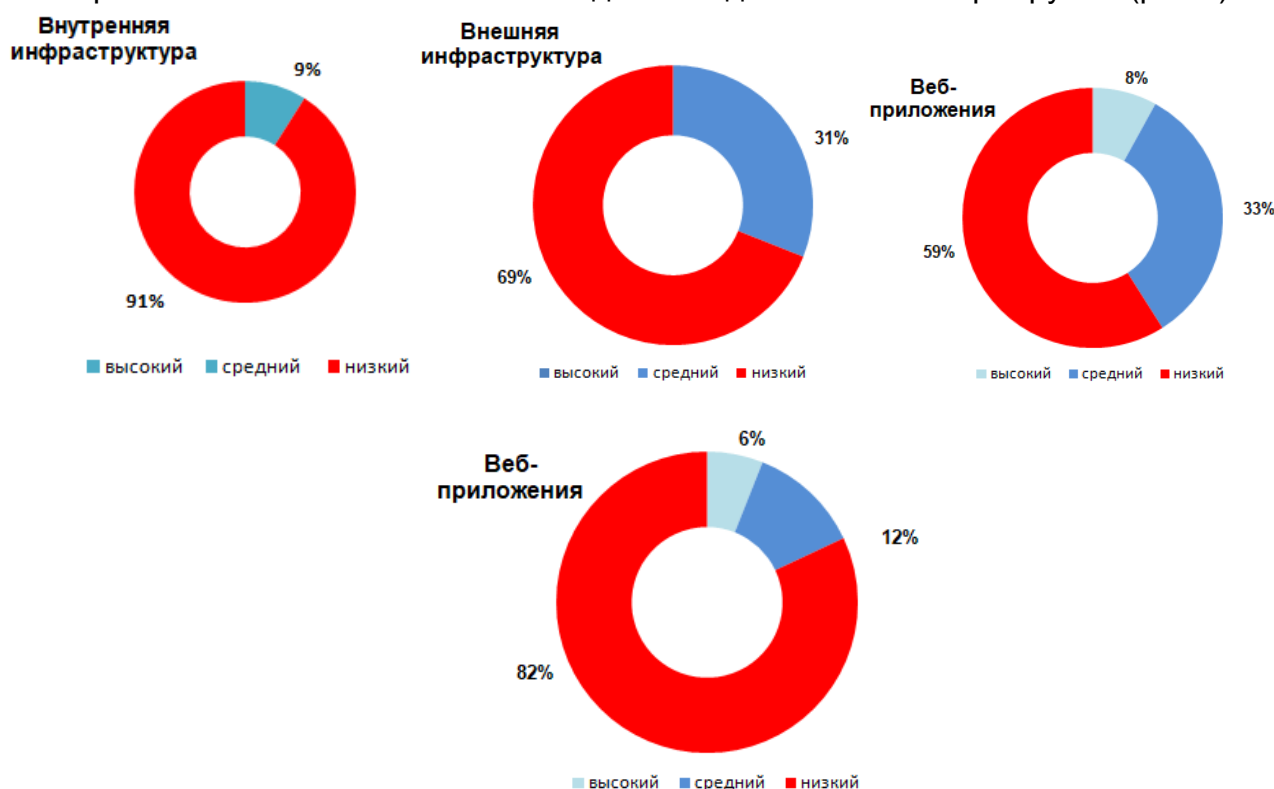


Рисунок 8 – Уровень защищенности систем

Внутренняя инфраструктура включает в себя ресурсы, доступные только через корпоративную сеть организации. Как правило, это – собственные мессенджеры компании, репозитории и различные системы управления: WMS, CRM, ERP.

К внешней инфраструктуре относятся системы, доступные через интернет. Это – почтовый сервер организации, ее файловые хранилища, сервис удаленного доступа,

сервис удаленного выполнения процедур и пр. Кроме того, сюда входят корпоративные веб-приложения – сервисы, которые пользователь открывает в браузере: сайты, системы интернет-банкинга, интернет-магазины и пр.

К мобильным приложениям мы относим ПО для мобильных устройств, через которое пользователь получает доступ к внешним сервисам компании [2].

Приведенные здесь данные основаны на данных анализа защищенности, который был проведен в 2018 г.

Уровень защищенности внутренней инфраструктуры в 91% случаев был оценен как низкий и только в 9% – как средний. Среди внешних инфраструктур доля проектов со средним уровнем была выше, чем среди внутренних – 31%. Однако не было найдено ни одной инфраструктуры с высоким уровнем защищенности.

Ситуация с мобильными и веб-приложениями несколько лучше. В обоих случаях встречались проекты с высоким уровнем защищенности (6% и 8% соответственно), а доля систем средней защищенности была выше, чем у инфраструктур.

Особенно примечательны мобильные приложения. Систем с низким уровнем защищенности здесь было всего 12%. Такое отличие объясняется разным количеством точек входа в системы компании. Проникнуть в инфраструктуру можно через множество внешних или внутренних ресурсов. А в приложении точка входа всего одна, и это значительно снижает возможное число уязвимостей.

За весь прошлый год не было обнаружено проектов, в которых были бы уязвимости только низкого уровня опасности. В инфраструктуре каждого заказчика была найдена хотя бы одна уязвимость среднего уровня и выше. Для финансовых организаций, проводящих платежи с помощью карт, наличие таких недостатков означает лишение аккредитации по индустриальному стандарту PCI DSS.

В рейтинге наиболее распространенных уязвимостей внутренней инфраструктуры мы учитывали только те, которые позволяли развить атаку до получения максимальных привилегий. Большинство уязвимостей связано с использованием учетных данных по умолчанию (31%).

Уязвимости мобильных приложений в 2018 г. чаще всего были связаны с небезопасным хранением данных (28%), а также с несовершенными механизмами аутентификации и управления сессиями (21%). Недостатки, связанные с механизмами межплатформенного взаимодействия (11%), обычно встречались из-за отсутствия базовых проверок механизмов безопасности на стороне разработчиков.

Чаще всего злоумышленник может получить чувствительные данные из сообщений об ошибках (37%), HTTP-заголовков (20%) и сведений о конфигурации PHP (phpinfo) (10%). При этом сообщения об ошибках обычно раскрывают системную информацию – аутентификационные и персональные данные пользователей утекают через заголовки и забытые в открытом доступе файлы (рис. 9).



Рисунок 9 – Типы раскрываемой информации

В 70% случаев удалось получить максимальные привилегии в домене, а соответственно, и полный контроль над IT-инфраструктурой организации. Существенно сократить путь и повысить вероятность получения максимальных прав во внутренней инфраструктуре злоумышленнику позволяют методы социальной инженерии. Чаще всего злоумышленники используют фишинг – массовую рассылку писем с вредоносными вложениями или просьбой ввести корпоративные учетные данные на подставном сайте. Если хотя бы одно из сообщений выполнит свою задачу, потенциальный злоумышленник сразу окажется во внутренней сети, минуя все предшествующие этапы.

Суть процесса в том, что злоумышленник постепенно повышает свои привилегии в системе. В ходе анализа защищенности мы эмулируем действия киберпреступников, проверяя систему безопасности клиента. Проценты, указанные на схеме, – доля успешного прохождения этапа нашими специалистами. При успешном повышении привилегий в одном из внешних сервисов злоумышленник чаще всего попадает в специальный промежуточный сегмент, называемый демилитаризованной зоной (DMZ). В 40% случаев наши эксперты смогли преодолеть DMZ и попасть во внутреннюю сеть.

Исходя из проведенного исследования, можно сделать следующий вывод: система противодействия киберпреступникам выстроена лишь в некоторых организациях. Для защиты от современных угроз нужна опытная команда профильных специалистов с большими ресурсами – такое позволяют себе только крупные компании. Средний и малый бизнес, даже если располагает нужными средствами, неохотно выделяет их на кибербезопасность. Изменить эту ситуацию можно с помощью законов либо с помощью просветительской работы

Литература/источники:

1. Ninth Annual Cost of Cybercrime Study // Accenture. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.accenture.com/acnmedia/PDF-96/Accenture-2019-Cost-of-Cybercrime-Study-Final.pdf> (дата обращения: 15.03.2020).
2. Рассел Джесси. Мобильное мошенничество / Джесси Рассел. – М.: VSD, 2019. – 524с.
3. Зыков Д.А. Компьютерное мошенничество: / Даниил Алексеевич Зыков. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2018. – 188 с.
4. Пухов, А. В. Мошенничество в платежной сфере. Бизнес-энциклопедия / А.В. Пухов. – М.: Альпина Диджитал, 2019. – 844 с.
5. Чурилов Ю.Ю..Мошенничество в сфере финансов / Чурилов Юрий Юрьевич. – М.: Феникс, 2018. – 210 с.

Пронина Екатерина Анатольевна,
студентка 4 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
epnina@yandex.ru

Пудовкина Ольга Евгеньевна,
научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olechkasgeu@mail.ru

РАЗВИТИЕ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ В РОССИИ

Аннотация. В настоящее время торговля в интернет сфере становится наиболее популярной быстроразвивающейся отраслью, поэтому бизнесу в Интернете уделено особое внимание в связи со становлением информационного общества и

его непосредственным вкладом в экономику посредством выхода товаров и услуг на мировой рынок торговли. В данной статье были проанализированы результаты исследования, проводимого Яндекс Маркетом и агентством GfK Rus.

Ключевые слова: онлайн-торговля, онлайн-магазин, покупатель, товары, доставка, оплата, интернет.

Основным информационным ресурсом (помимо личных рекомендаций знакомых), благодаря которому принимается решение о будущей покупке какого-либо товара, является интернет-магазин [1].

По результатам проводимого исследования, при выборе интернет-магазина 59% опрошенных учитывают личные рекомендации знакомых, а 42 % респондентов – онлайн-отзывы других пользователей.

По результатам исследования, для российских потребителей, помимо личных рекомендаций знакомых, Интернет становится основным информационным ресурсом и местом принятия решения о покупке.

В течение двух последних десятилетий ведется активное развитие электронной коммерции. По сравнению с 2018 годом доля российских покупателей в возрасте от 16 до 55 лет, заказывающих покупки в интернете, выросла на десятую часть. Теперь она составляет уже 42% – в два раза больше, чем в 2015 году (рис. 1).

Доля от всех жителей России 16–55 лет.

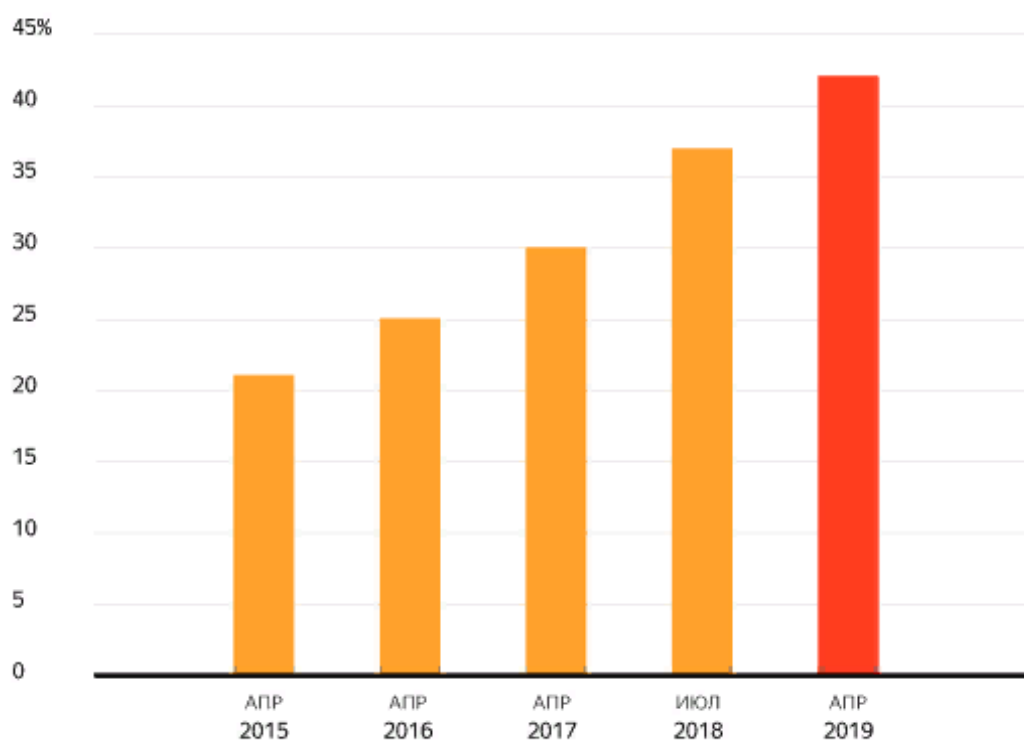


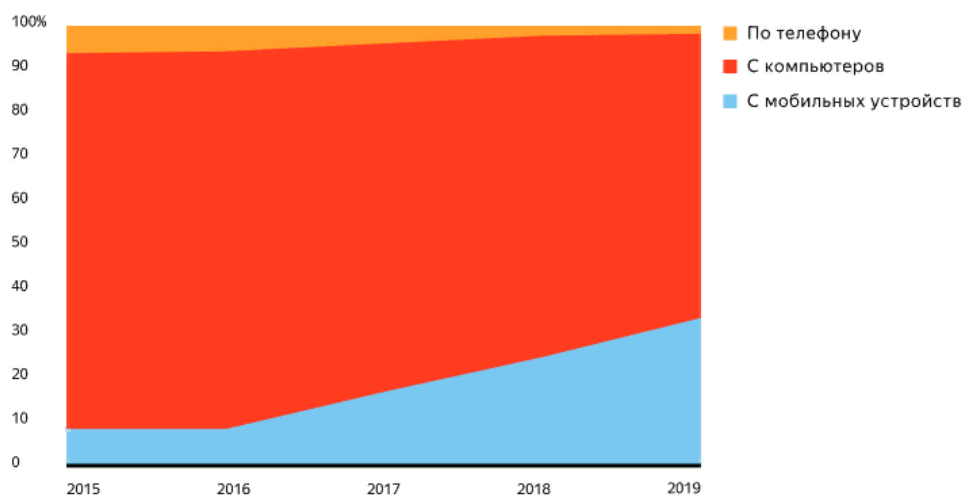
Рис. 1. Рост числа онлайн-покупателей

Основными причинами, по которым потребители делают покупки в интернет-магазинах, остаются по-прежнему: экономия денег и времени. Около 60% опрошенных называют преимуществом возможность сравнить цены и купить товар дешевле, чем в обычном магазине. Почти половина респондентов говорят о том, что им нравится, что можно изучить отзывы других людей, делать покупки в любом месте и в любое время и не тратить силы на поездки по магазинам.

Наиболее предпочтительным способом осуществления онлайн-покупки каждого третьего опрошенного является заказ через смартфон или планшет.

По сравнению с 2018 годом доля таких заказов выросла в полтора раза (рис. 2).

Доля респондентов, сделавших последний заказ в интернет-магазине данным способом.



ИССЛЕДОВАНИЕ GFK RUS И ЯНДЕКС.МАРКЕТА, 2019. ЖИТЕЛИ ГОРОДОВ 100+, 16-55 ЛЕТ

Рис. 2. Покупки всё чаще совершают с мобильных устройств

В процессе исследования были выделена категория товаров, чаще всего приобретаемая покупателями. Рассмотрим долю респондентов, купивших хотя бы один товар из данной категории в течение 12 месяцев (рис. 3).

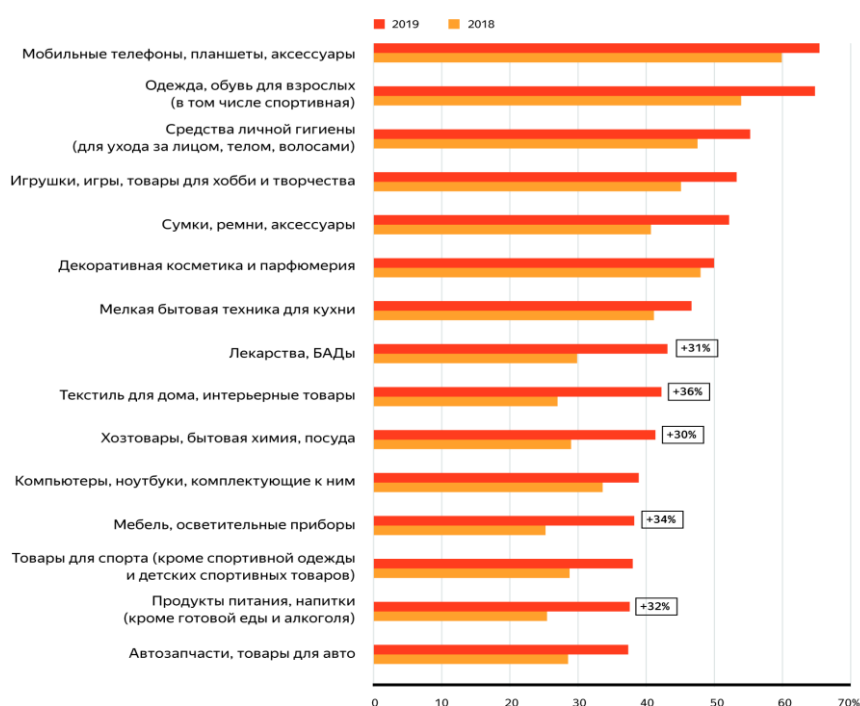


Рис. 3. Топ-15 популярных категорий товаров

Наиболее популярными товарами, часто приобретаемыми покупателями в интернет-магазинах, являются товары повседневного пользования: мобильные устройства, одежда, средства личной гигиены, товары для игр и творчества.

По сравнению с 2018 годом в 2019 году наблюдается быстрый рост спроса на товары бытового назначения: продукция для ухода за маленькими детьми; еда и напитки; хозяйственные товары, бытовая химия и посуда. Данные товары были заказаны опрошенными на 30% больше.

Также в 2019 году медленнее всего увеличивается спрос на декоративную косметику и парфюмерию (+4%), а также на мобильные устройства (+9%).

Рассмотрим, как производится оплата и доставка. Наиболее популярным способом получения товара является предоплата банковской картой. По сравнению с 2017 годом данным способом пользовалась около половины покупателей не реже, чем один раз в год, тогда как в 2019 году уже почти две трети (рис. 4).

При этом доля респондентов, которые назвали этот способ наиболее удобным, выросла совсем немного, с 25% до 27%.

Больше всего людей называют предпочтительным способом оплаты расчёт по карте при получении товара, и их доля растёт: в 2018 году так ответили 36% покупателей, в этом – 43%. Воспользовались этим способом 48% опрошенных.

Доля респондентов, хотя бы раз в течение 12 месяцев воспользовавшихся данным способом оплаты в российском интернет-магазине.

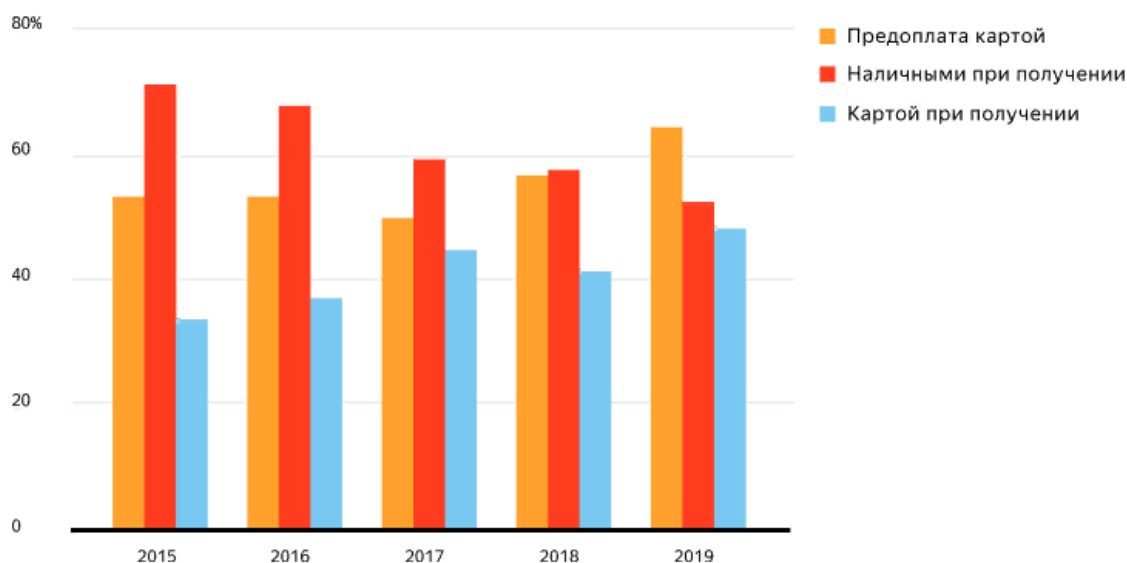


Рис. 4. Популярные способы оплаты

Рассмотрим наиболее популярные способы доставки (рис. 5), которым пользовались больше 90% респондентов не реже, чем раз в год.

Доля респондентов, хотя бы раз в течение 12 месяцев воспользовавшихся данным способом доставки из российского интернет-магазина.



Рис. 5. Популярные способы доставки

Нам первое опрошенные ставят способ самовывоза из магазина или пункта выдачи.

Посылки в постаматах получает пока сравнительно небольшая часть онлайн-покупателей, однако их доля растёт – в этом году она превысила 20%. И если по результатам прошлогоднего исследования этот способ доставки называли предпочтительным 6,5% респондентов, то в этом – уже 11%. Другие популярные варианты доставки, наоборот, стали называть самыми удобными намного реже.

Таким образом, можно сделать вывод, что, несмотря на то, что интернет-торговля в России – это достаточно молодая отрасль экономики, наша страна уже сейчас

готовится занять высокие позиции на рынке электронной коммерции, этому способствует быстрое развитие в данной отрасли.

Грамотная организация бизнеса при наличии всех проблемных моментов, таких как конкурентоспособные цены, широкий ассортимент, выбор способа доставки, будет способствовать продвижению России на платформах глобальной сети Интернет [3].

Российский рынок электронной коммерции является достаточно привлекательным не только для отечественных, но и для зарубежных инвесторов, Данный вывод подтверждают положительные показатели объема российского рынка интернет-торговли.

Литература/источники:

1. Казакова К.В., Пушилин Д.В. Перспективы развития интернет-торговли в России // Фундаментальные исследования. – 2017. – № 12-9. – С. 1968-1972;

2. URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=36472> (дата обращения: 13.04.2020).

3. URL: <https://yandex.ru/company/researches/2019/market-gfk> (дата обращения: 11.04.2020).

Реджепова Любовь Сергеевна,

студентка 3 курса направления «Юриспруденция»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,

г. Сызрань

redzhepova2000@mail.ru

Шарохина Светлана Владимировна,

научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,

г. Сызрань

sharokhinatv@gmail.com

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ

Аннотация. В статье утверждается, что экономия общественного труда представляет собой тот эффект, который получают страны в результате их участия в международном экономическом сотрудничестве. В статье названы подходы к определению эффективности организации специализированного международного производства. Автор обосновывает наличие главного критерия для определения эффективности функционирования хозяйствующих звеньев в системе внешнеэкономических связей – рентабельности экспортируемой продукции.

Ключевые слова: международное экономическое сотрудничество, экономические законы, общественный труд, специализация, рентабельность, стоимость.

В международной экономической деятельности принято считать, что побудительным мотивом участия стран в международных связях является получение определенной экономической пользы. Так, Д. Рикардо считал, что приобретение индивидуальной выгоды приводит к наиболее эффективному и экономичному процессу хозяйственных связей между различными нациями [1]. Причиной развития международного процесса является действие общеэкономического закона экономии рабочего времени. Под влиянием этого закона и происходит специализация отдельных стран на производстве определенных товаров, что дает возможность производителям снижать затраты на изготовление единицы продукции и таким образом добиваться эко-

номии рабочего времени. Экономия общественного труда представляет собой тот эффект, который получают страны в результате их участия в международном экономическом сотрудничестве.

Цель статьи – выделить основные принципы определения эффективности внешнеэкономических связей

В основе измерения эффекта, который производитель получит, благодаря внешнеэкономическим связям, находятся определенные методологические принципы. Так, использование категории стоимости для расчета эффективности применяется намного чаще, чем использование категории приведенных издержек или цен производства. Это происходит потому, что часто эти цены еще не сложились окончательно в мировой экономике [2].

Подписав договор о международной специализации, страна проводит концентрацию производства. Если этого не происходит, то договор лишается экономической целесообразности.

Согласно традиционным методикам анализ эффективности начинают с установления дохода от внешней торговли, а затем переходят к рассмотрению хозяйственных итогов международной специализации и кооперации производства. При этом все формы реализации хозяйственных связей завершаются продажей. Это означает, что нельзя исследовать эффективность внешней торговли обособленно от итогов международной специализации. В таком случае игнорируется тот факт, что международные связи имеют две характерные черты – специализацию производства и следующий за ней товарный обмен производимой продукцией [3].

Эффективность от организации специализированного международного производства определяется двумя подходами. Первый подход: экономия общественного труда рассчитывается на основе установления всех текущих затрат на реализованную за рубежом продукцию и таким образом определяется величина полученной прибыли. Второй подход: экономия общественного труда устанавливается путем расчета величины привлеченных капиталовложений. Такой подход целесообразно применять, когда встает вопрос о расширении участия государства в мировом хозяйстве. На выбор между различными формами реализации международных хозяйственных связей влияет размер возможных инвестиций. От размера инвестиций зависит, будет ли государство закрывать одно давно налаженное производство и расширять другое, или государство предпочтет создание нового предприятия для работы, как на внешнем, так и на внутреннем рынке потребления. От размера инвестиций зависит, пойдет ли государство путем сооружения на компенсационной основе объекта на своей территории или будет выбирать другие проекты и пути [4].

При организации специализированного международного производства важное значение имеет последовательность действий при определении эффективности от участия в конкретных хозяйственных связях. Следует начинать с того, что определить прибыль от производимого экспорта. Далее следует рассмотреть прибыль от производимого импорта. После проведения такого анализа следует вести разговор об определении дохода в целом от экспортно – импортных отношений.

При исследовании проблемы эффективности внешнеэкономических связей необходимо учитывать характеристики той сферы, в которой происходит реализация конкретного проекта. В процессе анализа необходимо рассматривать особенности роста прибыли от экспортной деятельности различных производственных звеньев.

Предприятиям предоставлено право самостоятельного выхода на внешние рынки, поэтому перед ними возникают специфические проблемы [5]. В числе этих проблем первостепенное значение занимает вопрос об определении экономии общественного труда – эффекта от их внешнеэкономической деятельности. Так как конечная цель хозяйствующих субъектов, которые участвуют во внешнеэкономических свя-

зях, заключается в получении прибыли от реализации продукции, которая и составляет материальную основу этого эффекта. Подсчет полученной прибыли происходит несколькими способами: либо на базе цен производителя, либо на стоимостной основе. Но часто речь идет о товарах, на которые цены еще не сложились на мировом рынке. Тогда процесс возникновения прибыли характеризуется такими экономическими категориями, как национальная и интернациональная стоимость товаров.

При этом может показаться, что, если происходит совпадение национальных и интернациональных стоимостей на товар, то внешняя торговля не приносит никакого прироста стоимости. Вместе с тем, объединения и предприятия, которые развивают внешнеэкономическую деятельность, получают большую прибыль, если сравнивать с тем периодом, когда эти предприятия не принимали участия в международных связях. Это происходит потому, что внешний товарообмен, который осуществляется на эквивалентной основе, все – таки позволяет расширить производство за пределами внутренних потребностей. Такой способ получения прибыли особенно значителен для крупных предприятий, которые создаются целенаправленно для развития экспорта [6].

В связи с тем, что при практическом расчете эффекта от внешнеторговой сделки предприятие учитывает влияние на его величину необходимых кредитных операций, еще одним методологическим принципом определения экономической эффективности является показатель коэффициента кредитного влияния [7].

Таким образом, основные принципы определения эффективности внешнеэкономических связей заключаются можно рассматривать, как:

- использование категории стоимости для расчета эффективности;
- обеспечение концентрации производства;
- необходимость изучения особенностей роста прибыли от экспортной деятельности различных производственных звеньев;
- рассмотрение хозяйственных итогов международной специализации и кооперации производства;
- подсчет полученной прибыли либо на базе цен производителя, либо на стоимостной основе.

Основным критерием для определения эффективности функционирования хозяйствующих звеньев в системе внешнеэкономических связей является рентабельность экспортируемой продукции. Для принятия обоснованного решения о выборе международного производственного профиля важно знать величину этого показателя. В том случае, если международная конъюнктура позволяет заменить данный товар на более выгодный, то можно перейти на экспорт именно этого товара. Для осуществления практических шагов в сфере международной специализации предприятию необходимо иметь расчетную шкалу рентабельности продукции, которая экспортируется за границу. Опираясь на эту шкалу, можно принимать экономически обоснованные решения о целесообразности определенного пути включения предприятия в международные экономические связи.

Литература/источники:

1. Рикардо Д. Сочинения. Т.1: Начала политической экономии и налогового обложения / Д. Рикардо, М.Н. Смит. – М.: Госполитиздат, 1955. – 358с.
2. Савинов Ю.А., Рыбец Д.В. Посредническая деятельность в международной торговле // Российский внешнеэкономический вестник. – 2017. – № 2. С.24 – 42.
3. Мировая экономика и международные экономические отношения: современное состояние, проблемы и основные тенденции развития: учебное пособие / Е.Д.Фролова [и др.]; под общ. ред. Е.Д.Фроловой, С.А.Лукьянова. – Екатеринбург: УрФУ, 2016. – 184 с.
4. Сутормин Н.А. Иностранные инвестиции: понятие и его современные трактовки // Российское право: Образование. Практика. Наука. – 2017. -№4. С.41 – 50.

5. Никифоров В.А. Российское законодательство в области государственного регулирования внешней торговли // Вестник Челябинского государственного университета. – 2008. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskoe-zakonodatelstvo-v-oblasti-gosudarstvennogo-regulirovaniya-vneshney-torgovli> (Дата обращения: 11.03.2020).

6. Лебедев Д.С. Методическое обеспечение анализа внешнеторговых связей страны / Российский внешнеэкономический вестник. – 2014. – № 3. С.56 – 72.

7. Никулина О.В., Кузнецов А.А. Международная кооперация как механизм взаимодействия промышленных предприятий в сфере инноваций // Национальные интересы: приоритеты и безопасность.- 2016. – № 4, С.88-102.

Семенова Елизавета Евгеньевна,
студентка 4 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
elizaveta.evgenyevna@yandex.ru

Шарохина Светлана Владимировна,
научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

МАРКЕТИНГ КАК ФАКТОР РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье автор доказывает, что разработка и реализация корпоративной стратегии предприятий в условиях перехода к цифровой экономике является объективной необходимостью. Для реализации корпоративной стратегии предприятий необходимо использовать интегрированные маркетинговые коммуникации, содержание которых раскрывается в статье.

Ключевые слова: стратегия, цифровая экономика, предприятие, маркетинг, потребитель, цена, реклама.

На современном этапе в условиях перехода к цифровой экономике предприятиям, для того чтобы выжить в условиях жесткой конкуренции, необходимо не только уметь своевременно адаптироваться к происходящим изменениям во внешнем окружении, но и обеспечить стратегический подход к осуществлению своей деятельности. Вместе с тем многие предприятия не произвели структурную реорганизацию, не проводят исследования внешней и внутренней среды функционирования, практически не занимаются изучением рынка, его потребностей и запросов. То есть предприятия не осуществляют даже необходимых тактических мероприятий для своего выживания в условиях перехода к цифровой экономике, не говоря уже о проведении системных мероприятий по разработке стратегии своей деятельности.

Однако разработка и реализация корпоративной стратегии предприятий в условиях цифровой экономики является объективной необходимостью. Так как именно обоснованная корпоративная стратегия нацеливает предприятие на минимизацию или избежание корпоративных опасностей посредством использования интегрированного маркетинга, охватывающего и оперативный и стратегический маркетинг [1].

Маркетинговые стратегии предприятия могут быть ориентированы на:

- агрессивный рост;
- устойчивый рост посредством различного позиционирования;
- сохранение завоеванных позиций на рынке [2].

При выборе агрессивной стратегии предприятию необходимо обеспечить доминирование по объему продаж (агрессивный рост продаж), освоение большей доли рынка, охват всего рынка, высокий уровень качества товаров и цен в целях обеспечения сильной конкурентной позиции; своевременный учет изменений покупательских запросов и нужд; укрепление корпоративных позиций через новые товары, имеющие рыночную важность; обеспечение соответствующего позиционирования товаров, услуг самого предприятия.

Реализация стратегии устойчивого роста посредством различного позиционирования будет обеспечивать предприятию:

- рост продаж;
- освоение оптимальной доли рынка;
- работу на отобранных рыночных сегментах;
- взаимосвязь качества и цены в разных сочетаниях: «чем выше качество, тем выше цена», «то же качество – та же цена», «выше качество – та же цена»;
- устойчивый и новый растущий рыночный тип;
- развитие нового продукта.

Что касается конкурентов, то можно как ориентироваться на действия конкурентов, так и избегать конкуренции.

Стратегия защиты будет ориентировать предприятие на сохранение завоеванных позиций на рынке. Стратегической целью предприятия должна стать защитная позиция, а стратегическим направлением деятельности – изменение цен, улучшение продукта, ориентация на отдельных покупателей. Конкурентная позиция должна базироваться на том же или более высоком качестве товаров, но при той же цене. Корпоративная позиция – последовательное развитие нового продукта. Предприятие может вступать в конкурентную борьбу или избегать ее.

После установления конкретной маркетинговой стратегии предприятию следует разработать, как соответствующие маркетинговые функциональные стратегии, так и тактические мероприятия по их реализации, то есть предприятию необходимо обеспечить соответствующую интегрированную маркетинговую поддержку стратегических инициатив [3]. Причем интегрированная маркетинговая поддержка стратегических инициатив станет эффективной лишь в том случае, если тактические мероприятия будут осуществляться системно, а не носить разрозненный характер.

Основным составным элементом интегрированной маркетинговой поддержки является подсистема предложения – mix (продукт – mix) [4]. В качестве характеристики данной подсистемы выступает товарный портфель. Основой формирования товарного портфеля должна быть потребительская ценность. Поэтому первостепенное значение приобретает маркетинг отношений, посредством которого предприятию необходимо создавать, поддерживать и расширять постоянные взаимовыгодные отношения с потребителями. С этой целью каждому предприятию целесообразно создавать свою маркетинговую сеть, то есть формировать своих потребителей, привлекать высококвалифицированный персонал, формировать постоянный круг поставщиков, квалифицированных дистрибьютеров, розничных торговцев, рекламных агентств и строить со всеми длительные взаимовыгодные деловые отношения. Внедрение перечисленных мероприятий будет способствовать получению долговременных конкурентных преимуществ.

При этом в центре внимания должен быть потребитель, для которого на современном этапе характерна ориентация на удовлетворение своих потребностей с помощью цифровых технологий. Эти изменения следует своевременно распознавать и учитывать при формировании товарного портфеля. Маркетинговые решения, касающиеся товарного портфеля должны охватывать маркетинговые решения относительно товарного ассортимента и индивидуальные решения по товарам.

Стратегия относительно товарной номенклатуры предполагает принятие решения о широте и глубине. Индивидуальные решения принимаются относительно атрибутов товаров, марки, упаковки, маркировки и услуг по поддержке товаров. Эти маркетинговые решения должны приниматься на основе маркетинговых исследований соответствия действующего товарного портфеля запросам потребителей. На современном этапе большое значение приобретает конкуренция не между реальными товарами, а между тем значительную роль в конкурентной борьбе играют услуги по поддержке товара, поэтому предприятия должны постоянно работать над стратегиями предоставления услуг. Для чего им необходимо систематически проводить опросы покупателей с целью определения рейтинга предоставляемых услуг и получения идей для внедрения новых.

В качестве исходных предпосылок разработки стратегии ценообразования предприятию следует учитывать:

- цель ценового предложения;
- оценку кривой спроса;
- оценку уровня затрат при различных объемах продаж;
- результаты анализа затрат, цен и предложения конкурентов;
- выбранный метод ценообразования.

Однако на современном этапе предприятиям недостаточно одноразового установление цен, необходима гибкая система ценообразования, своевременная адаптация цены к изменяющимся условиям; инициирование изменения цен с учетом реакции покупателей и конкурентов на ценовые изменения. В зависимости от установленных товарных и ценовых стратегий осуществляется выбор стратегии продвижения и распределения.

Объективной необходимостью для предприятий становится взятие на вооружение концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций, которая обеспечивает продуманную и координированную работу многочисленных каналов коммуникации, как – то: реклама, личная продажа, стимулирование сбыта, пропаганда, прямой маркетинг и упаковка товаров. Все эти элементы продвижения – микс должны использоваться в комплексе, проводя одну и ту же идею, формируя единый образ компании и ее товаров, позиционируя марку и укрепляя позиции компании на всех каналах современных маркетинговых коммуникаций.

Обеспечение эффективности системы распределения также обуславливает необходимость интегрированного подхода, что предполагает: командную работу различных функциональных подразделений предприятий, создание партнерских отношений внутри канала распределения, тщательный отбор целевых сегментов, действенное стимулирование, эффективное реагирование на запросы потребителей.

Все большее внимание для обеспечения эффективности всей системы распределения необходимо уделять прямому маркетингу, который позволит повысить эффективность механизма общения с покупателями, будет способствовать установлению долгосрочных отношений с ними [5]. Прямой маркетинг предприятия могут осуществлять посредством использования, как традиционных маркетинговых каналов, так и посредством интерактивного маркетинга.

Реализация на практике рассмотренных предложений будет способствовать завоеванию устойчивых конкурентных позиций на рынке.

Таким образом, предприятиям для успешного функционирования в цифровой экономике необходимо устанавливать и реализовывать маркетинговые стратегии, ориентированные на агрессивный рост, устойчивый рост и сохранение завоеванных позиций. Основой формирования товарного портфеля должна быть потребительская ценность, а маркетинговые решения должны охватывать решения относительно товарного ассортимента и индивидуальные решения по товарам. При разработке стратегии ценообразования предприятиям необходимо учитывать: цель ценового предло-

жения, оценку кривой спроса, выбранный метод ценообразования, результаты анализа затрат, цен и предложения. На современном этапе у предприятий возникает объективная необходимость использования интегрированных маркетинговых коммуникаций и интегрированного управления системой распределения.

Литература/источники:

1. Кохнюк Д.В. Разработка и важность маркетинговой стратегии предприятия для обеспечения конкурентоспособности на рынке // Научные исследования, 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-i-vazhnost-marketingovoy-strategii-predpriyatiya-dlya-obespecheniya-konkurentosposobnosti-na-rynke/viewer> (Дата обращения: 15.03.2020).
2. Андреев В.Д., Боков М.А. Теория и практика стратегического планирования/Под ред. В.И. Шаповалова. Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2019. – 264 с.
3. Роганян С.А., Сосницкая Е.Е., Бургун Н.В. Маркетинговая стратегия и ее роль в развитии организации // Управление и экономика в XXI веке, 2017. – № 2. С.25 – 29.
4. Артамонов Б.В. Комплекс маркетинга «7r» как развитие концепции «Marketing-mix» // Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации, 2006. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompleks-marketinga-7r-kak-razvitie-kontseptsii-marketing-mix/viewer> (Дата обращения: 15.03.2020).
5. Бондаренко В.А., Зверева С.Р. Построение долгосрочных взаимоотношений с потребителями в рамках эволюционирования маркетинга компании // Концепт, 2015. – № 24. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/postroenie-dolgosrochnyh-vzaimootnosheniy-s-potrebitelyami-v-ramkah-evolyutsionirovaniya-marketinga-kompanii/viewer> (Дата обращения: 15.03.2020).

Семенова Елизавета Евгеньевна,

студентка 4 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
elizaveta.evgenyevna@yandex.ru

Шарохина Светлана Владимировна,

научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

ДВА ПОДХОДА К ПОСТРОЕНИЮ АЛГОРИТМА РЕШЕНИЯ СЛАБОСТРУКТУРИРОВАННЫХ ЗАДАЧ

Аннотация. В статье обосновывается необходимость создания специальных алгоритмов, прогнозирующих возможность воздействия дестабилизирующих факторов на систему. Подтверждена целесообразность использования двух подходов к решению слабоструктурированных задач для построения алгоритмов применительно к аналогичным по форме задачам управления в дестабилизирующих системах. Утверждается, что если по какому – то виду деятельности потребуется решать большое количество задач в течение длительного периода, то целесообразно создать соответствующий специализированный алгоритм.

Ключевые слова: система, дестабилизирующие факторы, алгоритм, объект управления, модель управления, ресурсы системы.

Многие внешние и внутренние воздействия на систему, которой может быть регион, организация, предприятие, обусловлены дестабилизирующими факторами, не

предусмотренными планом и не учтенными предварительно в ее структуре, конструкции, ресурсах, информационной базе. Эти воздействия вызывают ответную реакцию системы в виде управляющего воздействия по устранению сбоя, ликвидации действия дестабилизирующих факторов (ДДФ) [1].

На первый взгляд, самый простой путь борьбы с возможной дестабилизацией системы заключается в создании по аналогии с техникой соответствующего запаса прочности, устойчивости, мощности. Однако для организационных систем такой подход нерационален, так как дестабилизирующие воздействия в них носят перманентный характер, а материальные затраты на увеличение сопротивляемости систем всем ДДФ составляли бы огромные величины. Конструктивный подход к управлению ДДФ – системами заключается в разработке специальных алгоритмов, заранее учитывающих возможность воздействия дестабилизирующих факторов на объект управления, в создании моделей управления с прогнозом. Более раннее включение управляющей структуры в работу по нивелированию возможного дестабилизирующего воздействия позволяет существенно экономить ресурсы системы. Результаты изучения детерминированных, хорошо структурированных ДДФ – систем позволяют начать работы по алгоритмизации процесса поиска решений слабоструктурированных задач (ССЗ), то есть качественных, не полностью поддающихся детальному количественному анализу [2]. ССЗ описывают системы, которые либо плохо изучены, либо более детально их изучить невозможно, так как они плохо познаваемы из – за своей сложности или необходимости неоправданно больших затрат на проведение соответствующих исследований.

Предметом теории принятия решений стали и методы анализа качественной информации: экспертное оценивание, многокритериальный анализ, содержательный анализ ситуаций, мозговой штурм, синектика, деловые игры, разработка сценариев, морфологический анализ, метод Дельфи и др. Созданы современные компьютерные системы поддержки принятия решений, экспертные системы. Но перечисленные методы направлены только на активизацию творческого мышления, это – попытки хорошо организовать плохое мышление. Естественным развитием применения метода мозгового штурма для решения изобретательских задач стало создание более эффективных эвристических алгоритмов, позволяющих заменить перебор вариантов целенаправленным продвижением в район решений.

Приемы, которые могут многократно давать необходимые результаты в своей узкоориентированной области, часто оказываются эффективными и в других областях, проявляя свойство инвариантности. Изобретательских задач существует бесчисленное множество, но содержащиеся в них технические противоречия довольно часто повторяются.

Автором алгоритма решения изобретательских задач (АРИЗ) составлена поисковая шахматная таблица [3]. В первой вертикальной колонке записаны 39 характеристик, из которых в соответствии с условием задачи выбирают подлежащие улучшению (увеличению, уменьшению и т.д.), в верхней горизонтальной строке – те же 39 характеристик, из которых выбирают ухудшающиеся при осуществлении желаемого изменения обычными способами. Таблица охватывает около полутора тысяч типов технических противоречий, указывая для каждого типа на пересечении столбца и строки номера вероятных приемов решения задачи. АРИЗ организует мышление изобретателя так, как буд – то в распоряжении одного человека имеется опыт многих изобретателей.

Исследование задач – противоречий направлено на создание управляющих решений, улучшающих характеристики системы. Если на нижних уровнях организационной иерархии решаются с большой точностью преимущественно количественные задачи, то на верхних уровнях, в частности, на региональном уровне, где многие переменные не могут быть выражены числами, формируется политика, стратегия организаций, направление их дальнейшей деятельности. Наиболее крупные проблемы дестабилизации на макроуровне в виде реорганизации экономики, реструктуризации

промышленности, изменения правовой, финансовой системы являются, как правило, ССЗ. Их решение позволяет делать первый, но принципиальный шаг в выборе направлений дальнейшего исследования, в функционировании ДДФ – систем.

Слабоструктурированные решения ССЗ определяют принципы изменения поведения систем, находящихся под действием дестабилизирующих факторов, и позволяют на следующем этапе делать расчеты, строить математические модели в предметной области более глубоко и конкретно. Представляется целесообразным использовать разработанные в АРИЗ подходы к решению ССЗ для построения алгоритмов применительно к аналогичным по форме задачам управления в ДДФ – системах. Большинство этих задач возникает как реакция на ДДФ. Интересна идея создания алгоритма решения ССЗ по всем видам деятельности. Однако универсальность любого метода приводит к низкой его эффективности в конкретных узких областях, где решается большинство проблем.

Согласно основному принципу управления, названному его создателем У. Эшби законом необходимого разнообразия, разнообразие управляющей системы должно быть не меньше разнообразия управляемого объекта [4]. Для управления большой (сложной) системой управляющая система должна иметь значительное собственное разнообразие. Поскольку на практике (например, в большой экономической системе) создать столь сложный орган управления невозможно, целесообразно выделять подсистемы управления, каждая из которых решает свою задачу в условиях определенной самостоятельности на относительно небольших участках системы.

Принцип У. Эшби дает теоретическое обоснование иерархической структуры управления системой и, в частности, иерархической структуры алгоритма решения ССЗ. Возникает дилемма: создавать специализированные алгоритмы по видам деятельности или разработать один алгоритм общего характера типа АРИЗ и для каждого приема разрешения противоречий встроить соответствующий информационный блок с ячейками дополнительной информации по видам деятельности. Согласно первому подходу, для разных видов деятельности алгоритм должен содержать различные наборы характеристик объектов и приемов их преобразования. Таким образом, необходимо создать иерархическое дерево алгоритмов, у которого по мере его разветвления к более общим характеристикам и приемам управления ДДФ – системами добавляются специфические характеристики для различных видов деятельности и направлений дестабилизации. В таком случае прослеживается аналогия предлагаемого метода с принципом матрешки, используемым в некоторых разработанных моделях. Вершиной рассматриваемого дерева является базовый алгоритм решения слабоструктурированных задач (БАРСЗ), под ним располагаются алгоритмы для каждого направления дестабилизации. Последние, в свою очередь, дают новые разветвления.

Другой подход к решению ССЗ – создать только БАРСЗ с обобщенными характеристиками и приемами, а по каждому виду деятельности добавить ко всем приемам соответствующие научные законы, правила и эффекты, на основе которых сообразно преобразовывать конкретные системы. По такой схеме создавался АРИЗ. Если на первом этапе формирование исковой таблицы и перечня приемов разрешения противоречий стало методической основой создания тысяч изобретений, то в процессе развития метод дополнялся другими средствами – таблицами из более 5000 физических эффектов, позволяющих улучшить существующие устройства и способы.

Выделение сильных сочетаний приемов и физэффектов привело к созданию системы (свода) стандартов. В этот подход также заложен принцип «матрешки», но в иной интерпретации. Сначала выявляются дестабилизирующие факторы, возникающие противоречия, по ним из поисковой таблицы приемов определяется перечень приемов устранения противоречий [5, 6]. Прием дополнен по видам деятельности наборами научных законов, правил и эффектов. БАРСЗ совместно с такой информационной базой сможет образовать систему стандартов решения ССЗ.

Таким образом, независимо от избранной стратегии построения иерархии алгоритмов решения ССЗ, разработки целесообразно начать с синтеза базового алгоритма, накопить представительную статистику результатов решения им задач разных видов деятельности. Затем, опираясь на изученные возможности БАРСЗ, создавать специализированные алгоритмы или дополнить БАРСЗ информационными стандартами по видам деятельности.

Для решения слабоструктурированных задач, отражающих функционирование ДДФ – систем, 39 характеристик технических систем АРИЗ необходимо трансформировать в 10 – 20 базовых. Поисковая таблица приемов уменьшится по каждой координате в два – три раза. А 40 приемов устранения технических противоречий можно агрегировать в 20 – 30 приемов устранения противоречий посредством БАРСЗ. Этот алгоритм должен быть получен методом индукции, путем перехода от частного АРИЗ, предназначенного для решения технических задач, к базовому алгоритму решения ССЗ.

Таким образом, проблемы выбора между двумя подходами к построению алгоритма решения ССЗ не должно быть. Если по какому-то виду деятельности потребуется решать большое количество задач в течение длительного периода, то целесообразно создать соответствующий специализированный алгоритм с набором научных законов и эффектов, присущих такой деятельности. И, наоборот, для решения единичных задач в новой области достаточно использовать БАРСЗ с соответствующим научным дополнением. Если об эффективности БАРСЗ можно будет судить по полученным результатам, то по его простоте необходимо определиться вначале исследований. Создание системы искусственного интеллекта для принятия решений, поддержки принятия решений целесообразно, если она может облегчить работу пользователей и повысить качество принимаемых ими решений. Кроме того, система должна иметь массовое применение. Задачей предлагаемого исследования является создание простого и эффективного метода решения ССЗ, принцип которого легко усваивается специалистом, а качество результатов обуславливается его интеллектуальными способностями и опытом многократного применения метода.

Литература/источники:

1. Демьянов А.А. Управление дестабилизирующими факторами и рисками на предприятии // Транспортное дело России, 2010. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-destabiliziruyuschimi-faktorami-i-riskami-na-predpriyatii/viewer> (Дата обращения: 12.03.2020)
2. Авдеева З.К., Коврига С.В., Макаренко Д.И. Когнитивное моделирование для решения задач управления слабоструктурированными системами (ситуациями) // Управление большими системами: сборник трудов, 2006. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnoe-modelirovanie-dlya-resheniya-zadach-upravleniya-slabostrukturirovannymi-sistemami-situatsiyami/viewer> (Дата обращения: 12.03.2020).
3. Утёмов В. В. Общие подходы к решению творческих задач на основе изобретательских технологий Г. С. Альтшуллера // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2014. – № 1 (январь). – С. 1–5. – URL: <http://e-koncept.ru/2014/14001.htm>. (Дата обращения: 12.03.2020)
4. Хомяков В.Н. Кибернетика, закон необходимого разнообразия и разработка прогнозов экономических показателей // Известия Тульского государственного университета – 2014. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kibernetika-zakon-neobhodimogo-raznoobraziya-i-razrabotka-prognozov-ekonomicheskikh-pokazateley/viewer> (Дата обращения: 12.03.2020)
5. Григорьев А.А. Методы и алгоритмы обработки данных: Учебное пособие / А.А. Григорьев. – М.: Инфра-М, 2018. – 384 с.
6. Головицына М.В. Методы, модели и алгоритмы в автоматизированном проектировании промышленных изделий: Монография / М.В. Головицына, В.П. Литвинов. – М.: Инфра-М, 2018. – 448 с.

Семенова Елизавета Евгеньевна,
студентка 4 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
nastasya.aleksandrova.98@mail.ru
Пудовкина Ольга Евгеньевна,
научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olechkasgeu@mail.ru

БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ СОВРЕМЕННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье смоделированы бизнес-процессы образовательной организации. Выделены элементы системы менеджмента качества. Описан механизм внедрения подпроцессов образовательного учреждения.

Ключевые слова: СМК, образовательное учреждение, бизнес-процессы, подпроцессы.

Формирование системы менеджмента качества (СМК) в образовательном учреждении включает в себя следующие этапы:

- определение процессов СМК, их последовательности и взаимодействия;
- определение распределения ответственности и полномочий участников процессов СМК, которое представлено в регламентах процессов (ответственность руководства; организация работ по набору студентов; организация учебного процесса; организация научной деятельности; организация внеучебной и воспитательной работы; управление персоналом; аттестация рабочих мест; материально-техническое обеспечение; оценка удовлетворенности потребителей);
- обеспечение наличия ресурсов и информации, необходимых для поддержания процессов СМК и их мониторинга;
- осуществление мониторинга, измерения и анализа процессов СМК;
- принятие мер, необходимых для достижения запланированных результатов и постоянного улучшения процессов СМК.

Внедрение и поддержание в рабочем состоянии СМК образовательной организации производится посредством:

- подготовки руководств, программ/планов по качеству, ДП и других документов, обеспечивающих выполнение целей по качеству, и доведения их до сведения всех сотрудников;
- проведения внутренних проверок СМК образовательной организации;
- обучения и повышения квалификации персонала в области качества;
- закрепления персональной документированной ответственности каждого сотрудника за рабочие процессы, определенные его должностными обязанностями;
- проведения анализа СМК образовательной организации со стороны руководства и внедрения мероприятий по улучшению процессов на основе проведенного анализа [4].

Все процессы СМК должны быть документально оформлены в виде регламентов, обеспечены необходимыми ресурсами и информацией. При постоянном мониторинге и анализе функционирования СМК на соответствующих уровнях оценивается результативность как СМК в целом, так и отдельных процессов.

Для достижения результативности функционирования процессов СМК к каждому процессу должны быть определены критерии и методы оценки результативности. Для решения проблем владельцем процесса должны быть приняты необходимые меры технического, организационного или административного характера.

Ориентация на потребителя является подпроцессом и основывается на данных об оценке удовлетворенности потребителей и осуществляется посредством следующих этапов:

- разработка и утверждение необходимого перечня специальностей;
- подача запроса Ученому совету (УС) на утверждение;
- оценка потребности в специальностях;
- отправление запроса в Минобрнауки;
- распределение бюджетных мест по факультетам;
- распределение бюджетных мест по специальностям [2].

При реализации процесса ориентации на потребителя каждый факультет проводит заседание Ученого совета факультета (УСФ), где рассматривается перечень специальностей и составляется протокол заседания с решением УСФ о необходимых специальностях.

Каждый факультет подает запрос УС на утверждение в виде служебной записки. На основе ежегодного отчета об удовлетворенности потребителей и писем с учреждений о необходимых специальностях УС составляет пакет документов и отправляет запрос в Минобрнауки РФ.

Ответственный секретарь приемной комиссии получает контрольные цифры приема по УГС и на УС распределяется и утверждается количество бюджетных мест по УГС. На основании данных по контрольным цифрам УГС на УС распределяется количество бюджетных мест, отведенных каждому факультету.

На основании приказа УС каждый факультет распределяет бюджетные места по специальностям на УСФ, которые утверждаются решением УСФ.

В соответствии с планом работ по оценке удовлетворенности потребителей на учебный год процесс оценки УС включает следующие последовательные этапы:

- 1-й этап. Разработка и актуализация анкет для оценки удовлетворенности студентов.

Разработка анкет для оценки УС осуществляется проректором по учебной работе и предоставляется на утверждение ректору университета.

Ежегодно перед началом проведения оценки (апрель) проректор по учебной работе совместно с УПР пересматривают вопросы, включаемые в анкету. При необходимости состав вопросов актуализируется. Новый бланк анкеты утверждается ректором.

Утвержденный бланк рассылается на выпускающие кафедры для заполнения студентами.

- 2-й этап. Проведение анкетирования студентов.

Анкетирование на уровне факультетов проводится кураторами в первой декаде мая. Ответственными за проведение оценки УС в рамках специальности являются заведующие выпускающими кафедрами.

- 3-й этап. Обработка результатов анкетирования на уровне факультета и разработка корректирующих и предупреждающих действий по устранению причин низкой УС (при УС менее 80%).

На основании заполненных студентами анкет кураторами групп производится расчет показателя УС по следующей формуле:

$$УС = B/SN * 100\%$$

где УС – удовлетворенность группы студентов;

B – общая сумма баллов, определенная студентами;

S – наибольшая возможная сумма баллов (определяется по составленной анкете);

N- количество студентов в группе.

Кураторы предоставляют заведующим выпускающими кафедрами результаты анкетирования студентов в процентном соотношении для составления сводного отчета по специальности. Ответственными за проведение оценки УС в рамках специальности и анализ результатов являются заведующие выпускающими кафедрами.

Заместителями деканов по воспитательной работе готовятся сводные отчеты по факультетам, которые рассматриваются на заседании Ученого совета факультета и передаются не позднее 1 июня каждого года проректору по учебной работе для анализа УС по университету.

- 4-й этап. Анализ УС университета.

Проректор по учебной работе анализирует отчеты по факультетам и определяет УС по университету по следующей формуле:

$$УС = \frac{\sum УС_{\phi}}{n} 100\%,$$

где $\sum УС_{\phi}$ – сумма показателей удовлетворенности студентов факультетов; n – количество факультетов в университете.

В случае, если в результате оценки УС по университету итоговое значение ниже 80%, то проректор по учебной работе оформляет протокол несоответствий, в котором определены причины низкой УС. К середине июня проректором по учебной работе готовится сводный отчет по УС за год, который предоставляется ректору и рассматривается на Ученом совете университета в конце учебного года. Копия данного отчета предоставляется УПР для составления отчета о состоянии и функционировании СМК.

УПР составляет План мероприятий по реализации корректирующих и предупреждающих действий, направленных на устранение причин несоответствий (в соответствии с ДП «Управление несоответствиями»), который утверждает Ученый совет университета.

- 5-й этап. Доведение результатов до участников образовательного процесса.

Важность выполнения требований студентов, а также отчет по УС университета доводится Общим отделом до сведения руководителей структурных подразделений и других участников образовательного процесса.

- 6-й этап. Реализация запланированных корректирующих и предупреждающих действий.

На основании протоколов несоответствий УПР составляет План мероприятий по реализации корректирующих и предупреждающих действий, которые осуществляются структурными подразделениями в сентябре – декабре следующего периода оценки. Достигнутые результаты по устранению несоответствий отражаются в Плане-отчете конструкторских и предупреждающих действий и прикладываются к отчету об УС за следующий учетный период.

- 7-й этап. Оценка результативности корректирующих и предупреждающих действий.

Данный этап проводится в период следующей оценки УС. Если значение УС останется прежним или уменьшится (менее 80%), то мероприятия по устранению причин несоответствий можно считать нерезультативными. Если же значение увеличится, то корректирующие и предупреждающие действия признаются результативными.

Подпроцесс «Оценка удовлетворенности работодателей»

В соответствии с планом работ по оценке удовлетворенности потребителей на учебный год процесс оценки удовлетворенности работодателей (УР) включает следующие последовательные этапы:

- 1-й этап. Сбор информации по организациям – местам работы выпускников.

На данном этапе (первая декада апреля) работниками выпускающих кафедр формируются списки работодателей. Ответственными за составление списка работодателя в рамках специальности являются заведующие выпускающими кафедрами. В список включаются наиболее крупные и средние организации, в которые трудоустроились выпускники.

- 2-й этап. Обобщение информации по факультету.

На основании списков, предоставленных заведующими по кафедрам, деканом факультета формируется единый список работодателей (конец второй декады апреля), после чего данный список передается в центр студенческой занятости и трудоустройства (ЦСЗиТВ).

- 3-й этап. Разработка и актуализация анкет.

Разработка анкет для оценки УР осуществляется руководителем ЦСЗиТВ и предоставляется на утверждение ректору университета. Ежегодно перед началом проведения оценки (апрель) руководитель ЦСЗиТВ совместно с УПР пересматривают вопросы, включенные в анкету. При необходимости состав вопросов актуализируется. Новый бланк анкеты утверждается ректором.

- 4-й этап. Проведение анкетирования работодателей.

После получения списка работодателей от деканов факультетов руководителем ЦСЗиТВ формируется единый список работодателей (последняя декада апреля), который утверждается ректором университета. Утвержденный бланк анкеты рассылается по списку для заполнения работодателями. Организации должны в течение 10-14 дней обратно отослать заполненные анкеты. Ответственным за рассылку анкет является руководитель ЦСЗиТВ.

- 5-й этап. Обработка результатов анкетирования и разработка корректирующих и предупреждающих действий по устранению причин низкой УР.

На основании заполненных работодателями анкет во второй половине апреля работники ЦСЗиТВ производят расчет показателя УР по следующей формуле:

$$УР = \frac{В}{SN} 100\%,$$

где УР – удовлетворенность работодателей; S – общая сумма баллов, определенная работодателями; В – наибольшая возможная сумма баллов; N – количество работодателей, прошедших анкетирование.

Если в результате оценки УР итоговое значение ниже 80%, то руководитель ЦСЗиТВ оформляет протокол несоответствий, в котором определены причины низкой УС. По результатам анализа руководитель ЦСЗиТВ готовит отчет по УР, который предоставляется проректору по учебной работе и ректору университета (первая декада июня) и рассматривается на Ученом совете университета в конце учебного года. Отчет хранится в ЦСЗиТВ в течение трех лет.

Копию данного отчета предоставляют УПР для составления отчета о состоянии и функционировании СМК.

- 6-й этап. Доведение результатов до участников образовательного процесса.

Результаты оценки УР представляются на рассмотрение высшему руководству университета, Общим отделом доводятся до сведения должностных лиц и структурных подразделений вуза. Результатом оценки являются данные, которые позволяют судить о степени УР, а также выявленные проблемные области, требующие улучшения; совершенствование работы вуза с целью повышения степени УР.

- 7-й этап. Реализация запланированных корректирующих и предупреждающих действий.

На основании протоколов несоответствий УПР составляет План мероприятий по реализации корректирующих и предупреждающих действий, которые осуществляются структурными подразделениями в сентябре – декабре следующего периода оценки. Достигнутые результаты по устранению несоответствий отражаются в Плане-отчете корректирующих и предупреждающих действий и прикладываются к отчету об УР за следующий учетный период.

- 8-й этап. Оценка результативности конструкторских и предупреждающих действий [1].

Данный этап проводится в период следующей оценки УР. Так, если значение УР останется прежним или уменьшится (менее 80%), то мероприятия по устранению причин несоответствий можно считать не результативными. В случае, если же значение увеличится, то корректирующие и предупреждающие действия признаются результативными.

Литература/источники:

1. Варзунов А. В., Торосян Е. К., Сажнева Л. П., Анализ и управление бизнес-процессами // Учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО, 2016. –112 с.
2. Инновационная модель бизнес-процесса: учебное пособие / В. Н. Бабич, А. Г. Кремлёв. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 184 с.
3. Лускатова, О.В. Современные проблемы реинжиниринга бизнес-процессов: учеб. пособие / О. В. Лускатова, М. В. Робертс ; Владим. гос. ун-т. – Владимир : Изд-во Владим. гос. ун-та, 2011. – 146 с.
4. Самуйлов К.Е., Серебренникова Н.В., Чукарин А.В., Яркина Н.В. Основы формальных методов описания бизнес-процессов: Учеб. пособие. – М.: РУДН, 2008. – 130 с.: ил.
5. Сорокин Ал. В. Реинжиниринг бизнес-процессов: Учебное пособие для студентов очного и заочного отделений экономических направлений / Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск, 2014. – 77 с.

**Скороспехов Евгений Игоревич,
Селицкий Егор Егорович,**

курсанты 2 курса, филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)
skorospekhov@mail.ru

Клейменова Татьяна Николаевна,

ст. преподаватель 12 кафедры математики и естественнонаучных дисциплин
филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н.Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)
Tanj.56@list.ru

РАЗВИТИЕ ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В статье приводятся сведения о развитии Псковской области в условиях цифровой экономики

Ключевые слова: данные, информация, платформа, цифровой продукт (услуга).

Псковская область вступила в фазу экономического роста только в 2006 году. Отставание области в экономическом плане от других регионов России обусловили ряд важных причин. К ним, например, относятся следующие причины: периферийное положение; глубокий спад в экономике региона в 1990 годы [4].

Современная социально-экономическая ситуация отрывает перед Псковской областью ряд существенных возможностей:

1. Возможность увеличения доли области на отдельных рынках. Сюда относятся агропромышленный и туристический комплексы.
2. Возможность привлечения бизнеса на территорию региона.
3. Возможность возвращения активного населения на территорию Псковской области. Это явление может произойти в связи со снижением занятости в крупнейших городских агломерациях России – Московской и Санкт-Петербургской.
4. Возможность развития отдельных секторов экономики на основании реализации федеральных инициатив.

Остановимся на особенности развития г. Пскова.

Город Псков с 1944 года – центр Псковской области. Современный Псков- промышленный, транспортный и культурный центр. В нём развито машиностроение, текстильная, швейная, пищевая промышленность, производство строительных материалов. Налажено производство сувениров из дерева, изделий народных художников.

Ведутся промыслы на базе местных красных глин. Имеется льнокомбинат, швейная фабрика [1]. Развитие экономики Пскова сказывается на сценарии социально-экономического развития области в целом.

Сценарии социально-экономического развития области основаны на:

1. Оценке существующего положения региона;
2. Оценке потенциальных рисков и возможностей, связанных с внешними тенденциями;
3. Сценарных и целевых установках Концепции долгосрочного социально-экономического развития области.

Приоритетным направлением развития Псковской области становится переход на цифровую экономику.

К базовым секторам экономики относятся: существующие базовые сектора (транспорт, АПК, электротехника) на устаревшей производственно-технологической платформе; высокотехнологичные базовые сектора; развитие новых секторов экономики, например, туристического сектора.

Миссия Псковской области – усиление роли области в «системе разделения труда» и развитии двух крупнейших агломераций – Московской и Санкт-Петербургской, а также пограничной зоны России и ЕС.

Целью стратегии социально-экономического развития региона является модернизация экономики и социокультурной сферы. Модернизация произойдет на основе инновационных технологий с учетом влияния «фактора границы».

Задачами стратегии социально-экономического развития Псковской области являются:

1. Достижение высокого уровня и качества жизни населения и повышение экономической активности населения.
2. Диверсификация экономики региона и достижение высоких темпов экономического роста. Будет оказываться эффективная поддержка экономическому развитию приоритетных направлений региона. Произойдет формирование новых секторов экономики. Новый импульс в развитии получают логистика, деревопереработка. Ожидается повышение инвестиционной активности на территории области.
3. Формирование отвечающей демографическим и экономическим тенденциям пространственной организации Псковской области.

Целями Администрация Псковской области выдвигает следующие цели развития:

1. Сохранение социальной стабильности и повышение уровня жизни населения области.
2. Сохранение и развитие экономического потенциала региона.
3. Сохранение устойчивости системы расселения региона.

Осуществляется на территории области реализация следующих национальных проектов: «Образование», «Здоровье», «Доступное и комфортное жилье – гражданам России», «Развитие агропромышленного комплекса». Происходит дальнейшее развитие спортивно-массовой и патриотической работы среди населения области. Осуществляется программа по сохранению занятости проживающего здесь населения.

На развитие Псковской области в условиях цифровой экономики оказал значительное влияние российский инвестиционный форум в Сочи в феврале 2020г. Форум выработал предпосылки для развития цифровой экономики в регионах Северо-Запада. На Российском инвестиционном форуме в Сочи между руководством АНО «Стратегическое партнерство «Северо-Запад» и руководством Аналитического центра, выполняющего функции проектного офиса по реализации программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [3], была достигнута договоренность о подписании в ближайшее время Соглашения о сотрудничестве.

Согласно ему Стратегическое партнерство будет единым интегратором реализации программы «Цифровая экономика Российской Федерации» на территории Северо-Западного федерального округа. Сам округ станет базовой площадкой для внедрения пилотных систем цифровой экономики.

Важным знаковым событием в развитии региона является подписание следующего соглашения.

В конце января 2018 года временно исполняющий обязанности губернатора Псковской области Михаил Ведерников подписал соглашение о развитии в регионе цифровой экономики вместе с «МегаФон».

Одно из основных направлений деятельности – реализация проекта «Цифровой регион». Проект предполагает внедрение современных технологий в различные сферы общественной жизни. В трех муниципальных образованиях области – Пскове, Великих Луках и Острове будут созданы пилотные «цифровые» территории.

Городской транспорт включён в перечень отраслей, в которых будут применяться инновационные решения. Планируется создание в Псковской области единой сети общественного транспорта, регулировку дорожного движения с помощью "умных" светофоров. Это повысит удобство использования общественного транспорта.

В перечень отраслей относят и медицину. Медицинские учреждения региона будут подключены к единой информационной платформе. Указанная платформа позволит систематизировать запись к врачу. Платформа обеспечит доступ к историям болезней и результатам анализов пациентов.

В отрасли ЖКХ также будут применяться инновации. Для обеспечения безопасности во дворах и подъездах будет внедрено решение «умный домофон». Инновации затронут государственные услуги. С переходом на цифровые решения все государственные услуги жители смогут получать электронно. Придётся решать бытовые вопросы обращением в Единый центр.

В сфере туризма и общественных пространств ожидаются следующие инновации. Электронные путеводители по городу помогут с навигацией жителям и туристам. Они будут передавать информационные и рекламные сообщения. Для дальнейшего анализа будут собирать большие данные о перемещениях жителей и туристов в городе. Цифровая экономика затронет и другие сферы социально-экономической деятельности [2].

В сфере образования власти Псковской области в 2020 году в рамках национального проекта "Цифровая экономика" намерены подключить к высокоскоростному интернету все школы региона, тем самым выполнив показатели нацпроекта на год раньше запланированных сроков. Это будет достигнуто за счет подключения к сети фельдшерско-акушерских пунктов: оборудование, которое они используют для доступа в интернет, будет одновременно задействовано и образовательными учреждениями [5].

Председателем Государственного комитета Псковской области по экономическому развитию и инвестиционной политике является Андрей Михеев. Он отмечает, что цифровые технологии распространяются практически на все сферы жизнедеятельности. В настоящее время основная задача – это формирование благоприятной экосистемы для развития и внедрения данных технологий в ключевых отраслях экономики Псковской области. К указанным отраслям относят обрабатывающие производства, АПК, логистика, туризм.

Предприниматели осознают важность внедрения цифровых технологий в производственные процессы. Так, например, за последние годы объем инвестиций в технологические инновации выросли в 4,7 раза. Внутренние затраты на научные исследования и разработки выросли в 7,5 раз.

Наблюдается ускорение процессов разработки и внедрения инновационных продуктов. Для производства конкурентоспособной продукции предприятиям крайне необходимо осуществлять инвестиции в технологические усовершенствования производственных процессов. Они направляются в материально-техническое обеспечение. Производственные процессы будут полностью автоматизированы. Указанные факторы в совокупности формируют новую модель экономического роста. Модель базируется на развитии человеческого капитала, внедрении современных технологий производства.

На основе анализа результатов исследований экономистов, можно сделать следующий вывод. Псковская область обладает необходимым экономическим, научным и производственным потенциалом. Область имеет все возможности для формирования новой модели экономического развития.

В дальнейшем в каждом регионе Северо-Запада ожидается кропотливая работа по совершенствованию законодательной базы. Необходимо привести ее к единому стандарту главным образом в части цифровизации. Стратегическое партнерство не случайно стало своеобразным проводником по реализации программы «Цифровая экономика» на территории Северо-Западного федерального округа. В конце 2017 года было подписано Соглашение о сотрудничестве с ПАО «Ростелеком». Подобные же Соглашения были подписаны и с другими окружными представителями крупнейших федеральных инфраструктурных компаний. К ним относятся следующие: ПАО «МРСК» и ПАО «Ленэнерго».

Конечной целью реализации федеральной программы по развитию и внедрению цифровой экономики является создание нового эффективного канала коммуникаций и комфортной среды. Это важно для взаимодействия всех заинтересованных сторон – органов власти, бизнес – сообщества и населения.

Экономика Российской Федерации получит новый импульс в своем развитии. Появится дополнительный потенциал роста. Экономика станет гораздо устойчивее к внешним вызовам.

Литература/источники:

1. Большая энциклопедия: В 62 томах. Т.39.-М.: ТЕРРА, 2006.-С.540.
2. <http://invest.pskov.ru/press/22.02.18/2723>
3. Развитие цифровой экономики в России (программа до 2035 года)
4. Стратегия социально-экономического развития Псковской области до 2020 года. г. Псков – г. Санкт-Петербург 2009г.
5. Кирилл Кухмарь. Псковские власти в 2020 году подключат все школы региона к высокоскоростному интернету// ТАСС 30.12.2019. URL: <https://futurerussia.gov.ru/nacionalnye-proekty/pskovskie-vlasti-v-2020-godu-podklucat-vse-skoly-regiona-k-vysokoskorostnomu-internetu> (дата обращения 28.04.2020 г.)

Слепенчук Ирина Юрьевна,

магистрант гр. ЭКНм 1601-01-20 ФГБОУ ВО
«Вятский государственный университет»,

г. Киров

slepenchuk.irina@inbox.ru

Братухина Елена Александровна,

научный руководитель, к. э. н., доцент,

ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»,

г. Киров

ea_bratuhina@vyatsy.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ И ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. *Ресторанный бизнес играет довольно высокую роль в экономике каждого региона, поскольку не только обеспечивает рабочими местами большое число людей, но и является источником роста налоговых доходов бюджета области. Это усиливает значимость исследования состояния ресторанного бизнеса на уровне региона и выявления перспектив ее развития. Основными результатами являются выявление показателей, развития рынка общественного питания, пока-*

зателей, показывающие влияние на рынок общественного питания, оценка состояния конкурентной среды на рынке общественного питания г. Кировской области. Область применения – ресторанный бизнес или сфера общественного питания.
Ключевые слова: рынок, конкурентность, состав, оборот.

Объектом исследования явилось ООО Ресторан «Хлынов», основной вид деятельности – деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания.

Целью данной работы является выявление тенденций характерных для рынка общественного питания г. Кирова

Исходя из поставленной цели, предполагается решение следующих задач:

- определить тенденции развития ресторанного бизнеса регионов РФ;
- исследовать тенденции и динамику развития ресторанной отрасли в Кировской области;

Результаты исследований, их обсуждение:

Рестораны Кировской области представлены в основном в областном центре региона. Все они входят в систему общественного питания и разделяются на разные ценовые сегменты. В целом именно к категории «Рестораны» в области можно отнести не более 20 заведений, преимущественно расположенных в городе Киров. Поэтому анализ развития ресторанного рынка Кировской области целесообразно проводить именно в контексте развития общественного питания в целом, что позволит определить удельный вес и вклад ресторанов в общую величину объема продаж данных заведений, числа занятых в них, и других показателей.

Развития ресторанного бизнеса в Кировской области началось с 90-х, когда один за другим кафе и столовые стали переходить на формат Ресторанов. При этом часто условия и качество их услуг не соответствовали заявленному статусу. После ужесточения законодательства, а также подъема цен, количество ресторанов резко снизилось и остались лишь сильнейшие, среди которых стоит выделить такие как ресторан «Россия», «Вятка», «Хлынов» и несколько других. Остальные перешли обратно в менее низкий ценовой сегмент или вовсе ушли с рынка.

В современной структуре общественного питания Кировской области преобладает число столовых эконом –класса и ресторанов быстрого питания, работающих по формату «фаст-фуд». Последние активно развиваются на рынке Кировской области, открываясь, как правило, на условиях франчайзинга. Среди подобных ресторанных сетей, работающих в городе, стоит выделить «Макдональдс», «KFC», «Бургеркинг» и других. Позиционируя себя рестораном при этом качество блюд в этих заведениях и сервиса конечно же уступает ресторанам класса «люкс», среди которых следует выделить перечисленные ранее «Россию» и «Вятку».

Позднее в Кирове открылись такие рестораны как «Васнецов», «Царское село» и другие. Для проведения анализа деятельности ресторанов в регионе следует систематизировать основные данные о 10 наиболее крупных и значимых учреждениях города Кирова, а также удельного веса и вклада, осуществляемого ими в данном сегменте. Информация, составленная на основе личных наблюдений и данных статуправления области приведена в таблице 1.

Таким образом, средний чек в Кировском ресторане составляет от 1400 до 3000 рублей на человека, а число мест в заведениях класса «люкс» от 40 до 170. При этом каждое заведение имеет собственные брендовые блюда, особенности кухни и подачи блюд. Так, например, ресторан «Васнецов» выделяется особой сервировкой блюд, ресторан «Хлынов» наиболее востребован для проведения мероприятий и торжеств, в России интерес представляет развлекательная программа, а также особый уровень сервиса.

Таблица 1 – Состав наиболее значимых ресторанов города Киров

Название ресторана	Расположение	Количество мест	Средний чек, руб./чел
«Васнецов»	Центр города	60	2000
«Царское Село»	Центр города	170	2200
«Россия»	Центр города	1000	3000
«Колесо»	Центр города	50	1500
«Хлынов»	ЖД Вокзал, цирк	140	1800
«The Terrace»	Старый центр	150	2800
«Агата»	Новый центр	70	2500
«Пивной дворик»	Центр города	80	1800
«Сакварели»	Центр города	40	1500
«Конюшня»	Центр города	60	1400

В целом стоит отметить, что рестораны города Киров сужаются ввиду развития и давления конкуренции со стороны более дешёвого сегмента общественного питания, а также усиления давления представителей фаст-фуд. Также стоит отметить, что требования, предъявляемые рынком к дорогим ресторанам, не позволяет многим из них выстраивать нужную концепцию, что вынуждает их уходить с рынка, либо перемещаться в более дешёвый ценовой сегмент.

Между тем, фактически на конец 2018 года, по данным администраций муниципальных образований Кировской области на 1000 человек населения приходилось в среднем 14 мест в общедоступных столовых и закусочных, 21 место в ресторанах, кафе, барах.

В рассматриваемой сфере занято более 8 тыс. человек или 2 процента численности всех занятых в экономике. Оборот общественного питания за 2018 год составил 10,6 млрд. рублей (в сопоставимых ценах – 88% к уровню 2015 г.), за 8 месяцев 2019 года – 7 млрд. рублей (95,7% к соответствующему периоду прошлого года). В 2018 году каждый житель области на питание и напитки вне дома в среднем потратил 8185 рублей, что с учетом инфляции на 1018 рублей меньше, чем годом ранее. По обороту общественного питания на душу населения область занимала 29 место среди субъектов Российской Федерации (в 2018 г. – 24) и 3 место, как и в 2015 году, среди регионов Приволжского федерального округа.

Основную долю в обороте общественного питания в январе – августе 2017 года занимали малые предприятия – 60,2 процента; доля организаций, не относящихся к субъектам малого предпринимательства, составила 25,5, индивидуальных предпринимателей – 14,4 процента.

В целом данные статистики по отрасли приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Показатели развития рынка общественного питания Кировской области

Показатель	2013г	2014г	2015г	2016г	2017г	2018г
Оборот общественного питания, млн. руб.	6 662,4	7332,1	8200,9	9076	9978,5	149,77
Индекс физического объема оборота общественного питания, в % к предыдущему году	87,6	104	99,1	103,9	100,8	115,07
Оборот общественного питания в расчете на душу населения, руб.	4903	3448	6151	6858	7588	151,10

Таблица 2 доказывает регулярный рост оборота общественного питания в Кировской области. Это связано с тем, что люди все чаще ходят в кафе и рестораны с целью удовлетворению потребностей в пище, а также приятно проведения времени в кругу друзей, проведения деловых встреч и т.д. При этом Кировская область по

среднедушевому обороту общественного питания занимает высокое четвертое место в ПФО. На рисунке 1 показана структура рынка общественного питания г. Кирова.

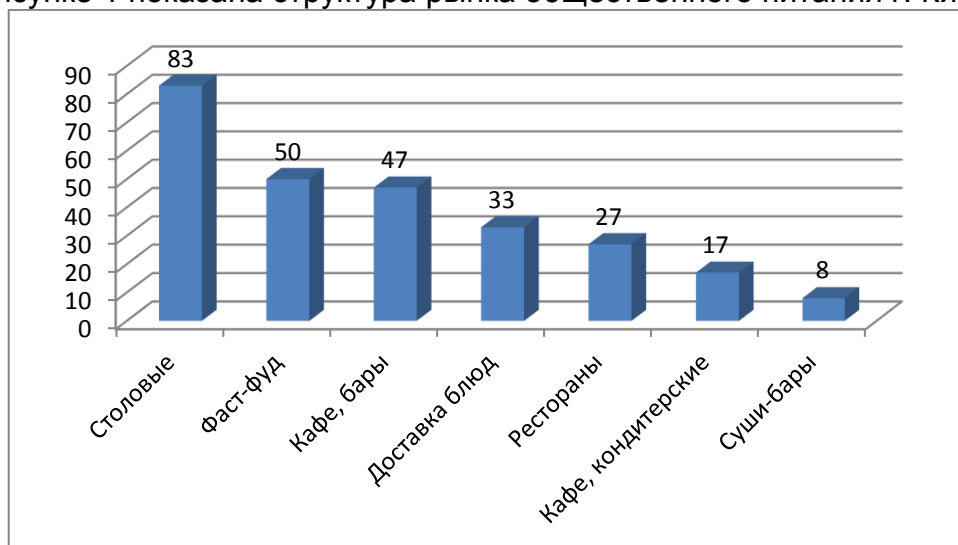


Рисунок 1 – Распределение рынка общественного питания Кировской области по типам организации в 2018 год, ед.

Заметно, что доля рынка ресторанов в регионе мала, поскольку большая часть представлена столовыми, кафе, фаст-фудом. Отделено выделены кондитерские, открывающиеся все более часто в Кирове, что также представляет собой определённый уровень конкуренции для ресторанов горда.

Низкая масштабность деятельности ресторанов в регионе вызвана высокими ценами в данном сегменте, а также узким числом потребителей, делающих выбор именно в пользу ресторанов. Наиболее часто это редкие посещения таких заведений, происходящие в виду каких-то жизненно-важных событий, либо корпоративные и деловые встречи. При этом основными факторами, оказывающими влияние на активность посещения ресторанов, являются доходы населения, объёмы производств и др. Более подробно данные показатели приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Показатели, оказывающие влияние на рынок общественного питания

Показатели	2013г	2014г	2015г	2016г	2017г	2018г
Численность постоянного населения, чел.	1365003	1352632	1338755	1319076	1310929	96,04
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата населения, руб.	17053,9	18292,6	18579	19771	22256	160,0
Величина прожиточного минимума, руб.	14746	15437	15718	16169	16905	145,49
Индекс производства продукции сельского хозяйства, % к пред. году	101	85,3	112,1	111,42	93,8	92,87
Оборот розничной торговли, млн. руб.	79403,3	95621,5	116617,4	131275,2	149229,4	187,94
Объём платных услуг населения, млн. руб.	30403,6	31549,3	35678,2	35429	41293,0	135,82

Конечно, в условиях средней заработной платы чуть более 20 тыс. руб. на человека в месяц довольно сложно представить активно посещение людей ресторанов со средним чеком на 3000 руб. Исходя из этого, следует выделить, что важнейший фактор недостаточного развития ресторанов в регионе связан именно с низкими дохо-

дами населения региона. Значимость оценки факторов конкуренции по степени проявления их признаков на исследуемом рынке используется для заключения об общем уровне конкуренции на данном рынке.

По методике Майкла Портера с помощью экспертного опроса оценены «пять конкурентных сил» и их влияние на рынок общественного питания г. Кирова. Поскольку все рассматриваемые факторы оказывают различное влияние на конкуренцию, для учета их относительной значимости экспертами оценивается также «вес» (или вклад) каждого фактора в общий уровень конкуренции. «Вес» фактора для каждой из конкурентных сил оценивается в процентах (максимальный суммарный «вес» 100%). Результирующее взаимодействие пяти конкурентных сил на рынке оценивается с помощью интегрального балла влияния пяти конкурентных сил, который рассчитывается как средняя арифметическая по всем силам. Наглядно влияние изученных сил представлено на рисунке 2.

Рисунок 2 показывает, что помимо низких доходов потенциальных клиентов области рынку угрожает высокий уровень конкуренции не только внутри отрасли, но и системе общественного питания в целом, а также наличием большого числа продуктов-заменителей услуг ресторанов.

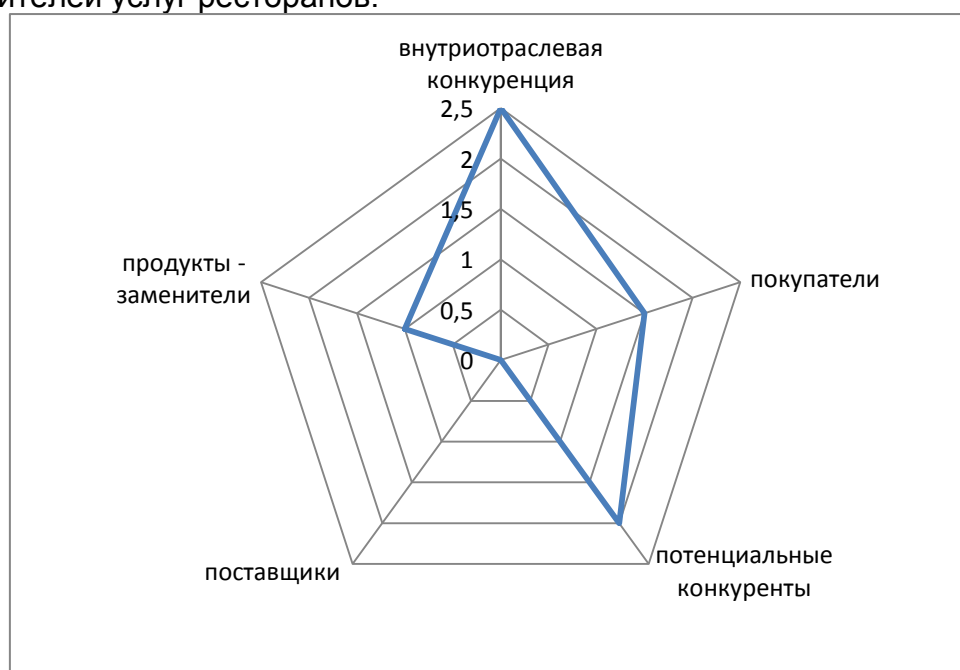


Рисунок 2 – Влияние пяти конкурентных сил на ситуацию на рынке общественного питания г. Кирова

Общая картина привлекательности рынка зависима от интенсивности конкуренции на нем. В этих условиях было проведено исследование с целью определения уровня интенсивности конкуренции рынка ресторанов Кировской области (таблица 4).

Таким образом, анализ доказал, что для ресторанов на рынке общественного питания г. Кирова характерны следующие тенденции:

- слабое развитие рынка, рост новых конкурентов в общественном питании и т. д.;
- преобладание неценовых факторов конкуренции, таких как интерьер заведения, кухня, скорость и качество обслуживания, ассортимент блюд и т. д.;
- в условиях сокращения численности населения при одновременном повышении уровня жизни, объем рынка общественного питания в перспективе увеличивается, объем рынка общественного питания г. Кирова и области в 2020 г. по прогнозам составит 11336 млн. руб.; – барьеры выхода на рынок умеренные, что способствует увеличению количества конкурентов в дальнейшем.

Таблица 4 – Сводная таблица оценки состояния конкурентной среды на рынке общественного питания г. Кировской области

Показатели	Критерии оценки	Значение	Характеристика рыночной структуры			Оценка конкуренции	
			высокая	умеренная	низкая	неразвитая	развитая
1. Численность хозяйствующих субъектов, ед.	-	45	Показатель не позволяет судить о конкуренции на рынке, за исключением, если количество их мало				
2. Обобщенный показатель интенсивности конкуренции	стремится к 1	0,3		+			+
3. Коэффициент рыночной концентрации	70% < CR < 100%	25,20 %					
	45% < CR < 70%						
	CR < 45%				4		+
4. Индекс Герфиндаля – Гиршмана	HHI > 2000	388,18					
	1000 < HHI < 2000						
	HHI < 1000				4		+
5. Барьеры входа на рынок	Различные виды ограничений			4-			4
6. Уровень дифференциации продукции	1 < Удл < 5	2	+				+
7. Коэффициент ценового давления	0 < Кцд < 1	0,39			4		+

Таким образом, анализ доказал, что для ресторанов на рынке общественного питания г. Кирова характерны следующие тенденции:

- слабое развитие рынка, рост новых конкурентов в общественном питании и т. д.;
- преобладание неценовых факторов конкуренции, таких как интерьер заведения, кухня, скорость и качество обслуживания, ассортимент блюд и т. д.;
- в условиях сокращения численности населения при одновременном повышении уровня жизни, объем рынка общественного питания в перспективе увеличивается, объем рынка общественного питания г. Кирова и области в 2020 г. по прогнозам составит 11336 млн. руб.;
- барьеры выхода на рынок умеренные, что способствует увеличению количества конкурентов в дальнейшем.

Литература/источники:

1. Об обществах с ограниченной ответственностью [Электронный ресурс]: [Федер.закон РФ от 08.02.1998 №14-ФЗ: ред. от 23.04.2018]. – Режим доступа [Консультант Плюс]. – Загл. с экрана.
2. О формах бухгалтерской отчетности организаций: [Приказ Министерства финансов РФ от 02.07.2010 г. №66н: ред. от 19.04.2019]. – Режим доступа [Консультант Плюс]. – Загл. с экрана.
3. Адамайтис, Л.А. Анализ финансовой отчетности и финансовый анализ [Электронный ресурс] : практикум для студентов направления 38.03.01 "Экономика".профиля "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", 38.04.08 "Финансы и кредит" магистерской программы "Корпоративные финансы", 38.04.02 "Менеджмент" магистерской про-

граммы "Финансовый менеджмент", специальности 38.05.01 "Экономическая безопасность" / Л. А. Адамайтис, Е. В. Петрова, Е. А. Агапитова ; ВятГУ, ИЭМ, ФЭиФ, каф. БУАиА. – Киров : [б. и.], 2017.-232с.

4. Безрукова, Т.Л. Управление оборотными активами [Текст] / Т.Л.Безрукова, И.И.Шанин // Успехи современного естествознания, 2015. – №1-1. – с.102-105.

5. Бобылева, З.А. Финансовый менеджмент. Проблемы и решения [Текст]: Учебник для бакалавриата и магистратуры / З.А.Бобылева, О.М.Пеганова. – М.: Юрайт, 2015. – 904 с.

Узляков Андрей Александрович,
студент группы ЭКНб-4604-05-24 ФГБОУ ВО
«Вятский государственный университет»,
г. Киров,
kirov1m@yandex.ru

Братухина Елена Александровна,
научный руководитель, к. э. н., доцент,
ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»,
г. Киров
ea_bratuhina@vyatsy.ru

УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Проблема повышения эффективности использования материальных ресурсов на промышленном предприятии не раз поднималась в экономической литературе, в литературе отечественных и зарубежных ученых, так как рынок постоянно меняется, а с ним меняются и рыночные отношения, что приводит к новым проблемам в сфере обеспечения ресурсами и эффективного их использования. Актуальность проблемы исследования связана с тем, что эффективное использование материальных ресурсов способствует поддержанию оптимального уровня запасов сырья и комплектующих на складах промышленного предприятия, а, следовательно, достаточно высокую платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия. Целью исследования является экономическое обоснование управленческих решений по работе с запасами и дебиторской задолженностью промышленного предприятия Кировской области. Основными результатами являются составленные прогнозные результаты оборачиваемости запасов, и продолжительность хозяйственных циклов предприятия после применения рекомендаций по совершенствованию политики управления оборотным капиталом. Ожидается повышение эффективности использования материальных ресурсов на предприятии.

Ключевые слова: предприятие, материальные ресурсы, запасы, материалоемкость, материалоотдача, дебиторская задолженность, поставщики, поставка, склад, нелеквиды, промышленное предприятие.

Ведущим подходом исследования в сфере закупочного процесса промышленного предприятия, является своевременный анализ и оценка эффективности использования материальных ресурсов на предприятия, выявление проблем и разработка предложения управленческих решений, направленных на повышение эффективности использования материальных ресурсов.

Материальные ресурсы предприятия переходят в материальные затраты, которые представляют собой совокупность материальных ресурсов, используются в процессе производства. В общей совокупности затрат на производство они составляют примерно 70%, что является свидетельством высокой материалоемкости продукции промышленного предприятия.

В таблице 1 представлен состав и структура материальных затрат на производство продукции.

Таблица 1- Состав и структура материальных затрат на 2018г., тыс. руб.

Укрупненные группы материальных затрат	АО «Кировский машзавод 1 Мая»	
	Кран КЖ -462	Электромагнит грузоподъемный
Сырье и материалы	1035,862	0,000
Покупные и комплектующие	2038,131	106,486
Топливо на технологические цели	60,500	0,000
Транспортно-заготовительные расходы	228,818	0,000
Возвратные отходы	2,600	0,000
Итого материальных затрат	3360,711	106,486

Как видно из таблицы, материальные затраты на кран КЖ-462 составили 3360,71 тыс. рублей, на электромагнит 106,48 тыс. рублей.

К обобщающим показателям использования материальных ресурсов относятся материалоотдача, материалоемкость продукции, коэффициент соотношений темпов роста объема производства и материальных затрат, удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции, коэффициент использования материалов, относительная экономия материальных затрат.

Рассмотрим такие показатели как материалоемкость и материалоотдача, рассчитаем показатели, на примере продукции – Кран КЖ -462 и электромагнит грузоподъемный (см.таб. 2).

Таблица 2- Показатели использования материальных ресурсов

Показатели использования материальных ресурсов	Кран КЖ-462			Электромагнит грузоподъемный		
	2018	2017	2016	2018	2017	2016
Материалоемкость, руб	0,34	0,4	0,6	0,33	0,35	0,5
Материалоотдача, руб	2,9	2,5	1,6	3,06	2,86	2

Из таблицы видно, что с каждого рубля вложенного в готовую продукцию получено 2,9 рублей за кран, и 3,6 рублей за электромагнит.

Проведем факторный анализ оборачиваемости материальных запасов, и выявим влияние на нее двух факторов: изменения структуры товарооборота и изменения времени обращения отдельных товарных групп. В данном случае в качестве качественного фактора будет выступать товарооборачиваемость в днях, а в качестве количественного – удельный вес конкретной группы товаров в розничном товарообороте. Размеры товарных запасов непосредственно связаны со скоростью оборачиваемости товаров. [1, с.5]

Оборачиваемость материальных запасов показывает, сколько раз за анализируемый период организация использовала средний имеющийся остаток запасов. Снижение коэффициента оборачиваемости запасов может отражать накопление избыточных запасов, неэффективное складское управление, накопление непригодных к использованию материалов. Но и высокая оборачиваемость не всегда выступает позитивным показателем, поскольку может говорить об истощении складских запасов, что может привести к перебоям производственного процесса. Кроме того, оборачиваемость запасов зависит от маркетинговой политике организации. Для организаций с высокой рентабельностью продаж свойственна более низкая оборачиваемость, чем для предприятий с низкой нормой рентабельности.

Таблица 3 – Оборачиваемость материальных запасов

Показатели	2018 г.	2017 г.	2016 г.	2018 г. к 2016 г., (%)
Выручка, тыс.руб.:	1203180	600590	360917	333,37
Среднегодовой остаток запасов	404035	70804	482776	83,69
Оборачиваемость запасов	2,98	8,48	0,75	397,33
Оборачиваемость запасов в днях	120,8	42,45	480	25,17

Основным факторам, влияющим на оборачиваемость и величину материальных запасов АО «КМЗ 1 Мая», относятся: соотношение между спросом на продукцию предприятия; сложность выпускаемой продукции; организация и частота завоза товаров; местонахождения поставщиков продукции; условия транспортировки, и сроков поставки; ритмичность поступления товаров в течение квартала и месяца.

Проанализируем стоимость остатков сырья и материалов на складах и кладовых предприятия. Данные занесем в таблицу 4.

По данным таблицы 4 можно сделать вывод, что в 2018 году предприятие АО «КМЗ 1 Мая» стало закупать больше сырья и материалов, тем самым делать резервы на будущие контракты. А также данный факт говорит о том, что организация стала получать и реализовывать больше заказов, нежели в 2017 году и 2016, как следствие, произошел рост выручки. Рассмотрим ритмичность поставок сырья, материалов и комплектующих в АО «Кировский машзавод 1 Мая», исходные данные представлены в таблице 5.

Таблица 4 – Анализ сырья и материалов на предприятии

Показатель	На начало 2018 г.	На конец 2018 г.	Темп роста (снижения), %
71 Склад (Колеса цельнокатаные, каркасы тележек, колесные пары)	3418844	11600558	393,31
71 Склад, филиал 1 (Прочая комплектация)	1004062	1389197	138,68
71 Склад, филиал 2 (ТНП, неликвиды)	5211060	5207373	98,25
72 Склад (Металлопрокат)	5833100	8513280	145,95
74 Склад (Краски, топливо, масла, стройматериалы)	340288	3315980	974,46
75 Склад (Двигатели, генераторы, лебедки, ОПУ)	30595130	44315338	144,84
76 Склад (Подшипники, прочая электрика)	27014361	32631230	118,11
Кладовые цехов	20639640	43953256	212,41
Итого всего по складам:	93156485	150026212	161,04

Таблица 5 – Динамика поставок сырья, материалов и комплектующих поставщиками

Год	Декада	Поставка МР за год, тыс. руб.		Удельный вес продукции		Доля продукции, зачтенная в выполнении плана по ритмичности
		План	Факт	План	Факт	
2017	Первая	359 555,00	423 006,00	0,26	0,33	0,26
	Вторая	393 076,00	413 765,00	0,28	0,33	0,28
	Третья	651 601,00	434 401,00	0,46	0,34	0,34
	Итого	1 404 232,00	1 271 172,00	1,00	1,00	0,88
2018	Первая	425 024,65	500 029,00	0,24	0,31	0,24
	Вторая	623 610,50	542 270,00	0,35	0,34	0,34
	Третья	746 941,50	553 290,00	0,42	0,35	0,35
	Итого	1 795 576,65	1 595 589,00	1,00	1,00	0,92

Анализируя полученные результаты, можно сделать вывод, что ритмичность поставок в АО «Кировский машзавод 1 Мая» (0,88 – в 2017 г., и 0,92 – в 2018 г.). Коэффициент вариации в АО «Кировский машзавод 1 Мая» (0,10 – в 2017 г. и 0,12 – в 2018 г.), т.е. отклонение от графика в среднем составляет 10 % – в 2017 г. и 12% – в 2018 г. Таким образом, из-за несвоевременной оплаты происходит отклонения от плана поставок сырья и материалов и тем самым нарушается ритмичность и равномерность поставок.

Рассмотрим дебиторскую задолженность организации за период 2016 – 2018 года. Дебиторская задолженность выросла незначительно, на 0,18%.

Дебиторская задолженность имеет в своем составе не только задолженность покупателей перед предприятием за отгруженную продукцию, а также авансовые платежи по товарно-материальным ценностям с длительным сроком поставки. [2, с.36] Рассмотрим состав дебиторской задолженности предприятия за период 2016 – 2018 гг., данные занесем в таблицу 6.

Таблица 6 – Состав дебиторской задолженности, тыс.руб.

Показатель	2018 г.	2016 г.	Темп роста (снижения), %
Дебиторская задолженность, в т.ч.	330982	330380	100,18
Отгруженная продукция	232672	313185	74,92
Оплата и предоплата за ТМЦ с длительным сроком поставки.	97708	17797	549,01
Актив предприятия	1164049	1262984	94,4
Процент дебиторской задолженности от актива предприятия	28,43	26,15	108,7

Из таблицы 6 видно, что величина дебиторской задолженности от актива за период 2016 – 2018 года составляет 26,15 – 28,43% задолженности от актива предприятия, судя по тенденции роста, в следующем году дебиторская задолженность может быть в районе 30% задолженности от актива предприятия, может возникнуть риск для экономического благополучия предприятия. За анализируемый период дебиторская задолженность по отгруженной продукции в 2018 году снизилась на 25,08% по сравнению с 2016 годом. Зато дебиторская задолженность по предоплате и авансовым платежам за товарно-материальные ценности с длительным сроком поставки выросла значительно. Предприятие АО «КМЗ 1 Мая» заключает с каждым поставщиком договор поставки, на каждую поставку заключается спецификацию, где оговариваются сроки поставки, а также способ оплаты – полная оплата 100% или предоплата от 50% до 70% от суммы спецификации.

Рассмотрим состав дебиторской задолженности по оплатам и предоплата за товарно-материальным ценностям с длительным сроком поставки. Данные приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Состав оплата и предоплата за ТМЦ с длительным сроком поставки

Показатель	2018 г.		2016 г.		Изменение за период
	тыс.руб	%	тыс.руб	%	
Оплата и предоплата за ТМЦ с длительным сроком поставки, в т.ч.	97708	100	17797	100	+79911
Полная оплата 100%	57200	59	9800	55	+47400
Авансовый платеж 70%	25500	27	4000	23	+21500
Авансовый платеж 50%	15508	14	3997	22	+11511

Как видно из таблицы 7 большая часть дебиторской задолженности это полная оплата (100%) за поставку товарно-материальные ценности с длительным сроком поставки. Для сокращения дебиторской задолженности необходимо провести следующие мероприятия:

- заключить долгосрочные спецификации на длительный период, где предприятие сообщает свою полную потребность в продукции за определённый период (год, два года);

- провести переговоры с поставщиками, где оплата 100%, о возможности предоставлении авансовых оплат;

- провести переговоры с поставщиками, где имеются авансовые платежи, рассмотреть снижение авансовых платежей путем заключения спецификации на длительный период;

- провести переговоры с поставщиками с комплектующими со сроком поставки до 30 дней с возможностью отсрочки платежа. [3, с.1209]

Спрогнозируем и рассчитаем эффективность мероприятия. см.таб. 8.

По результатам проведения работы с поставщиками прогнозируется уменьшаются суммы авансовых платежей, тем самым высвобождаются денежные средства, которые можно использовать на текущие нужды предприятия.

При выполнении данного мероприятия как видно из таблицы 9 имеются высвободившиеся денежные средства, которые можно израсходовать на текущие потребности. Также увеличилась сумма с отсрочкой платежа.

Данное мероприятие было проведено только по позициям с длительными сроками поставки, также возможно провести и с другими поставщиками по остальной закупаемой продукции. При выполнении мероприятия по продаже неликвидов в течение трех лет предприятие вернет в оборот денежные средства в размере от 4950507 рублей до 4689954 рублей в зависимости от выполнения поставленных дополнительных обязанностей по ликвидации неликвидов, а также предотвратит появление новых неликвидов и дополнительных затрат связанных с их хранением.

Таблица 8 – Прогнозируемая сумма оплат на комплектующие и материалы, закупаемые на кран КЖ-971Б после проведения работы с поставщиками.

Наименование	Ед.	Кол-во	Стоимость руб.	Оплата	Сумма предоплаты руб.
Основная комплектация срок поставки более 90 дней					
Гидроцилиндр 30.032.0113	шт	1	1 198 047,26	70%	838 633,08
Гидроцилиндр 30.032.0114	шт	1	1 030 414,04	70%	721 289,83
Гидроцилиндр 30.037.0028	шт	4	1 112 232,85	70%	778 563,00
Гидроцилиндр 30.042.0041	шт	2	1 483 358,69	70%	1 038 351,08
Джойстик VCSO 096 11 AK ER HD	шт	1	38 809,65	70%	27 166,76
Джойстик VCSO 72 11 KK VR HD	шт	2	185 202,32	70%	129 641,62
Лебедка грузовая (ZOLLERN) ZHP	шт	1	3 038 709,26	70%	2 127 096,48
Механизм поворота ZHP	шт	1	1 014 654,97	70%	710 258,48
Опора поворотная 91-3R32	шт	1	1 437 540,00	50%	718 770,00
Итого:			10 538 969,04		7 089 770,33
Основная комплектация срок поставки от 30 до 90 дней					
Гидромотор OMV-800	шт	2	335 957,00	70%	235 169,90
Гидрораспределитель HC-D12/4	шт	1	258 290,11	70%	180 803,08
Гидрораспределитель HC-D25/3	шт	1	165 553,27	70%	115 887,29
Гидрораспределитель HC-D6/2	шт	1	31 408,24	70%	21 985,77
Гидрораспределитель HC-D6/6	шт	1	74 317,56	70%	52 022,29

Датчик длины стрелы	шт	1	30 200,00	100%	30 200,00
Датчик расхода топлива	шт	1	20 767,48	100%	20 767,48
Двигатель ЯМЗ-236М2	шт	1	446 021,01	70%	312 214,71
Дизель HATZ	шт	1	205 383,37	70%	143 768,36
Клапан VAA-RU-DL-100	шт	1	45 313,42	100%	45 313,42
Колесо цельнокатаное Ф957	шт	12	320 000,00	100%	320 000,00
Подвеска крюковая в сборе	шт	1	349 303,00	70%	244 512,10
Итого:			2 282 514,46		1 722 644,39
Основная комплектация срок поставки до 30 дней	к-т	1	1 905 289,49		
Прочая комплектация срок поставки до 30 дней	к-т	1	1 483 729,29		
Подшипники срок поставки до 30 дней	к-т	1	104 544,00		
Подшипники срок поставки до 30 дней с отсрочкой платежа	к-т	1	89 650,80		
Топливо, ЛКМ и прочие материалы срок поставки до 30 дней	к-т	1	528 128,21		
Металлопрокат срок поставки до 30 дней	к-т	1	1 125 230,00		
Металлопрокат срок поставки до 30 дней с отсрочкой платежа	к-т	1	3 119 026,78		
ИТОГО			21 177 082,08		

Таблица 9 – Прогнозируемая сумма высвободившиеся денежные средств

	Оплаты по КиМ сроком поставки более 90 дней	Оплаты по КиМ сроком поставки от 30 до 90 дней	Отсрочка платежа на 30 дней
До переговоров с поставщиками	8 536 985,42	2 013 796,62	3 119 026,78
После переговоров с поставщиками	7 089 769,80	1 756 630,88	3 208 677,58
Высвободившиеся сумма	1 447 215,62	257 165,74	-

Далее спрогнозируем оборачиваемости запасов, и продолжительность хозяйственных циклов предприятия после применения рекомендаций, данные занесем в таблицу 10 и 11.

Таблица 10 – Прогнозируемая оборачиваемость запасов на складах и кладовых предприятия

Показатели	2018 г.	Прогноз	Изменение за период
Выручка, тыс.руб.:	1203180	1205784	100,21
Среднегодовой остаток запасов	404035	401431	99,36
Оборачиваемость запасов	2,97	3	101,01
Оборачиваемость запасов в днях	123	122	99,18

Как видно из таблицы 10 после применения рекомендаций по реализации неликвидов, в следующем году уменьшится среднегодовой остаток запасов на складах предприятия на 0,64%, что приводит к увеличению оборачиваемости запасов на 1,01%, соответственно оборачиваемость запасов в днях тоже уменьшилось на 0,82%. Предприятие станет эффективнее использовать запасы.

Как видно из таблицы 11 после применения рекомендаций по авансовым платежам уменьшился период оборачиваемости дебиторской задолженности на 7,08%, соответственно продолжительность операционного цикла предприятия уменьшился на 8 дней – 2,48%. Продолжительность финансового цикла предприятия уменьшился на 8 дней – 2,11%.

Таблица 11 – Прогнозируемая продолжительность хозяйственных циклов предприятия

Показатель	2018 г.	Прогноз	Изменение за период
1. Период оборачиваемости запасов, дни	224	223	99,58
2. Период оборачиваемости дебиторской задолженности, дни	99	92	92,92
3. Продолжительность операционного цикла предприятия, дни	323	315	97,52
4. Период оборачиваемости кредиторской задолженности, дни	37	37	100
5. Продолжительность финансового цикла предприятия, дни	286	278	97,89

Таким образом, проанализировав обеспеченность промышленного предприятия материальными ресурсами, были предложены мероприятия по уменьшению дебиторской задолженности по авансовым платежам. Заключение долгосрочных спецификаций на один – два года и ведение переговоров с поставщиками способствует уменьшению срока поставки – то есть уменьшению срока замораживания денежных средств, а также может, уменьшить размер авансовых платежей – что сократит долю дебиторской задолженности. Для сокращения и полной ликвидации, а также предотвращения появления неликвидной продукции на складах предприятия в статье представлены управленческие решения по сокращению и предотвращению неликвидов.

Литература/источники:

1. Братухина Е.А., Актуальные вопросы закупочной деятельности промышленных предприятий. Вестник университета. 2012. № 9. С. 5-8.
2. Братухина Е.А., Управление закупками на предприятии по производству промышленного оборудования. Экономические науки. 2014 № 119. С. 34-37.
3. Карпова Н.П., Тойменцева И.А. Резервы повышения эффективности снабжения ОАО «РЖД». Экономика и предпринимательство. 2017. № 9-4 (86). С. 1208-1214.

**Халитов Наиль Ренатович,
Кузьмин Георгий Васильевич,**

курсанты 3-4 курса, филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)

Шевченко Татьяна Анатольевна,

к. э. н., старший преподаватель кафедры
гуманитарных и социально-экономических дисциплин,
филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)

Шиш Владимир Иванович,

преподаватель кафедры гуманитарных и
социально-экономических дисциплин,
филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)
privet7770@rambler.ru

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

Аннотация. В настоящее время одной из наиболее важных государственных задач является инновационное развитие предприятий оборонно-промышленного

комплекса и их глубокая модернизация. Имеющихся производственных мощностей недостаточно для внедрения новых технологий и повышения конкурентоспособности продукции военного назначения. В статье рассматриваются проблемы и пути их решения преобразования военной продукции в гражданскую, отражены основные пути реализации и формирования развития оборонно-промышленного комплекса.

Ключевые слова: оборонно-промышленный комплекс, вооружение, военная техника, военно-экономического потенциал, инновационное развитие.

В современном мире принципы объединения давно играют важную роль, являясь инструментом успешной деятельности в той или иной сфере. В каждом государстве промышленность в военном смысле объединена в общий термин – ОПК (Оборонно-промышленный комплекс).

Вопрос выживания государства на мировой арене заключён в способности «отстаивать» и защищать свои интересы. Порой, несмотря на тяжелую внутреннюю экономическую обстановку и внешнее воздействие возникает необходимость сохранения боеспособности путём комплексного и гармоничного развития военного производства. Примером этого служит период в новейшей истории нашей страны, в котором экономическая ситуация названа «экономикой войны» – максимально возможная ориентированность на развитие военных технологий, расширение парка Вооружения и Военной Техники (ВиВТ), увеличение их производства. Тяжелый период Распада Советского Союза был отягощён разрушением всей экономической системы страны, в особенности её Военно-Экономического Потенциала. Причинами данного кризиса являлась неспособность государства в достаточном инвестировании военных предприятий и конструкторских бюро, а также большой отток квалифицированных специалистов с предприятий оборонно-промышленного комплекса. Для выживания многие военные заводы переходили на производство более востребованного гражданского ассортимента. ОПК восстанавливается после тяжелого кризиса 90-х годов и впервые за долгое время приблизился к приемлемому уровню развития научно-исследовательских и конструкторских работ.

В настоящее время одной из наиболее важнейших государственных задач является инновационное развитие предприятий оборонно-промышленного комплекса и их глубокая модернизация. Имеющихся производственных мощностей недостаточно для внедрения новых технологий и повышения конкурентоспособности продукции военного назначения.

Оборонно-промышленный комплекс (ОПК) – это совокупность специфических отраслей экономики, предприятий и научных организаций, выполняющий разработку, создание, гарантийный надзор и утилизацию ВиВТ. Одним из критериев выделения военного производства в составе ОПК и всего общественного производства – фактическое использование созданных товаров или услуг, независимо от их натуральной формы, формы собственности и ведомственной принадлежности предприятия. Статистика относит продукцию двойного применения к военной продукции в той мере, в какой она поступает в сферу обороны и используется в ней. Действующие в этой сфере предприятия и организации, объединяемые по ведомственной принадлежности целевому предназначению, фактическому использованию продукции, производственно-технологическими особенностями её изготовления, наукоёмкости, форме собственности, стратегической значимости и иным признакам важны с точки зрения принятия практических решений и имеют особые интересы.

Процесс инновационного развития ОПК заключается в осуществлении определенной последовательности циклов эволюционного изменения его состояния.

Инновационное развитие ОПК это:

-во-первых, его способность к разработке и производству продукции востребованной государством (военного назначения) и рынком (гражданского назначения);

- во-вторых, способность к модернизации своей организационной технологической структуры, обеспечивающий реализацию целей ОПК (расширение выпуска высокотехнологичной продукции гражданского и двойного назначения, внедрение передовых технологий на обеспечение надлежущей обороноспособности);

- в-третьих, к эффективному воспроизводству основных факторов производства, труда, капитала, знаний.

Такое комплексное понимание инновационного развития ОПК основывается на совокупности объективных производственно–технологических, финансово-экономических и социальных характеристик его деятельности одни из этих характеристик определяют потенциал предприятий оборонно-промышленного комплекса, другие – эффективность его использования. При анализе инновационного развития оборонно-промышленного комплекса страны в настоящее время используются два основных понятия – инновационный процесс и инновационная деятельность, которые характеризуют его с разных позиций:

Первое, с позиции определенной последовательности этапов развития,

Второе, с точки зрения его содержания и целей.

Инновационный процесс, осуществляемый предприятиями ОПК, в наиболее обобщенном понимании целесообразно определить как совокупность трудовых процессов по созданию, распространению и применению продукции и технологий, обладающих научно –технической новизной, удовлетворяющих определённые общественные потребности и нашедших рыночное применение.

Реализация перспектив развития ОПК осуществляется исходя из Государственной программы Российской Федерации о «Развитии оборонно-промышленного комплекса» утвержденной постановлением правительства РФ от 16 марта 2016 года №425-8. Срок реализации данной программы составляет 9 лет в период с 2011г. по 2020г.

К основным путям реализации и формирования данной программы относится:

Обеспечение оснащения ВС РФ других войск, воинских формирований и органов современными образцами вооружения, военной и специальной техники;

Формирование научно- технического задела в сфере ОПК и осуществление технологической модернизации организаций ОПК в целях повышения качества и конкурентной способности промышленной продукции;

Совершенствование системы управления организациями ОПК, в том числе путем создания интегрированных структур ОПК;

Обеспечение инновационного развития ОПК, развитие международного сотрудничества в сфере промышленности;

Развитие кадрового потенциала организаций ОПК;

Информационно аналитическое обеспечение функционирования организаций ОПК.

С учетом путей обеспечению реализации государственной программы можно выделить основную цель: повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции на основе реализации инновационного потенциала организаций ОПК.

Исходя из этого можно отметить, что Российский ОПК должен не только соответствовать всем международным критериям создания вооружения, но существенно превосходить их как в качественном, так и в количественном отношении для обеспечения высокой конкурентоспособности страны на мировом рынке вооружения.

Также немаловажной задачей Правительства Российской Федерации является преобразование военной продукции в гражданскую.

Для реализации политики национальной конверсии военного производства направленную на перевод предприятий производящих военную продукцию, на реализацию производства гражданской (мирной) продукции. Конверсия представляет регулируемый процесс научно-технических, организационных, социально-экономических, правовых преобразований оборонной промышленности в целях частичной или полной переориентации на выпуск продукции гражданского назначения, на производственных мощностях организаций и предприятий ОПК.

В основу данного направления перехода должны лежать ключевые принципы, согласно которым при переводе промышленности на выпуск гражданской продукции должны соблюдаться следующие характеристики обеспечивающие должный уровень продукции к ним можно отнести:

1. Решение проблемы импортозамещения. Это касается многих отраслей отечественного производства оборудования и специальных агрегатов. Особенно наблюдается отставание в производстве высокоточного медицинского оборудования. Так в сегменте, включающем производство ангиографов, компьютерных томографов, магнитно-резонансных томографов доля отечественного производства практически нулевая, но последние данные говорят о том, что этому направлению уделяется большое внимание со стороны государства.

2. Должен расти спрос на продукцию отечественного производства. Для этого необходимо улучшение качество производства выпускаемой продукции гражданского назначения за счет использования передовых разработок, инноваций и глубокой модернизации производственных мощностей, необходимых для производства высоко конкурентоспособной продукции. В ней должны сочетаться два немаловажных фактора обеспечивающих конкуренцию зарубежному оборудованию – это приемлемая цена по сравнению с импортными товарами и высокое качество данных агрегатов и оборудования.

3. У предприятий ОПК должны быть соответствующие компетенции. Прежде всего, рассматривая компетенции при производстве и сбыте данной продукции, предприятия должны иметь существенные преимущества по сравнению с иностранными компаниями, производящих данную продукцию. Государство должно проводить стимулирующую политику, направленную на заинтересованность компаний в производстве и сбыте данного продукта на отечественном рынке, предоставляя существенные льготы при производстве и реализации данной продукции, заключающуюся в предоставлении компаниям госзаказов на производство гражданской продукции, повышением пошлин на ввозимое зарубежное оборудование с целью повышения конкурентоспособности отечественного товара на внутреннем рынке. Не стоит забывать, что отечественное оборудование должно быть не только приемлемым по цене в соотношении с импортным, но и не уступать его в качестве, а в некоторых показателях превосходить его.

На экономическое развитие нашей страны, обладающей большими запасами полезных ископаемых оказывает существенное влияние Топливо-энергетический комплекс. Топливо-энергетический комплекс (ТЭК) состоит из большинства отдельных сфер экономической деятельности, и все они объединены между собой в единый и неразрывный механизм.

Без комплексной и глубокой модернизации ТЭК наша страна будет иметь существенное отставание в экономическом развитии от зарубежных стран, потому что на долю отечественных производителей оборудования для ТЭК приходится лишь небольшая часть, что обусловлено недостаточным финансированием донной отрасли, разрухой, царившей в период перестройки.

Решение данной проблемы затрагивает многие отрасли экономики страны, а в особенности предприятия оборонной промышленности и армию в целом, которые напрямую зависят от топливо-энергетического комплекса. Многие военные предприятия, занимающиеся НИОКР имеют большие наработки в создании высококачественной продукции, которая может удовлетворить потребности предприятий топливной и энергетической промышленности.

Развитие ТЭК предусматривает следующие направления:

- Сохранение целостности и развитие единой энергетической системы страны, ее интеграция с другими энергообъединениями Евразийского континента.
- Увлечение высококвалифицированных специалистов, занимающихся разработкой и внедрением инновационных технологий в ТЭК.
- Модернизация и замена устаревшего оборудования на современное и высокопроизводительное оборудование.

- Разработку отечественных узлов и агрегатов для многих отраслей ТЭК, что обеспечит энергетическую независимость от поставок импортного оборудования.
- Увеличения доли финансирования предприятий, занимающихся НИОКР в топливо-энергетической сфере.
- Разработка новых источников энергии.
- Снижение вредного воздействия на окружающую среду и создание высоконадежных ресурсосберегающих технологий, а также оборудования и приборов для обеспечения высокого качества продукции.

Разработка современного медицинского оборудования также является одной из наиболее перспективных направлений развития, где у предприятий ОПК есть высокие компетенции и конкурентоспособные технологии, что неоднократно подчеркивалось на высоком уровне. Оборонная отрасль обладает значительными инновационными возможностями, которые необходимо в полной мере задействовать для модернизации, укрепления позиций России на рынках в глобальной конкуренции. Один из приоритетов деятельности ОПК – производство передовой медицинской техники и изделий медицинского назначения.

В настоящее время около 80% рынка медицинской техники и медицинского оборудования занимают иностранные компании. Это оборачивается для нашей страны существенными финансовыми потерями.

В нашей стране идет создание специализированных конструкторских бюро и научных школ с привлечением потенциала оборонно-промышленного комплекса, исследовательской и прикладной науки. Увеличение мотивационных механизмов для коллективов, занятых созданием продукции медицинского назначения, ускорение формирования научно-технологического задела для разработки продукции, которая заменит собой импортные изделия, создание условий для привлечения российских и зарубежных инвестиций в оборонный сектор для разработки медицинских технологий и выпуска соответствующей продукции позволит добиться значительных результатов в развитии медицинского отечественного оборудования.

Судостроение является одним из главных плацдармов подъема экономики России и придания ей инновационного характера. Известно, что один человек работающий в судпроме, обеспечивает работой 4-5 человек в смежных отраслях. Одной из отличительных особенностей отечественного судостроения всегда являлось то, что в рамках отрасли обеспечивали сами себя, а также разрабатывали и производили значительную часть изделий машиностроения, приборостроения и электроники для судов и кораблей. Данная отрасль экономики обладает максимально значимым научно-техническим потенциалом, который влияет на развитие многих технологий в смежных отраслях.

Во временно СССР на территории современной России в основном были сосредоточены судостроительные верфи по производству военных судов, а большая часть гражданского судостроения была сосредоточена на территории нынешних стран СНГ. Поэтому в концепции диверсификации стоит уделить особое внимание на разработку, производство морских и речных судов на стапелях судостроительных верфей ВМФ. Поэтому современная судостроительная отрасль нашей страны в целом предопределена выпуском военно-морской техники, на нее приходится более 70% государственных заказов и в том числе около 21% этой продукции идет на экспорт. Роль производства гражданской продукции составляет около 30%, из которых, экспорт составляет всего 2%.

Для того, чтобы российские суда могли составить высокую конкуренцию зарубежным, необходимо уделить особое внимание производству высокотехнологичных судов, уникальных и малосерийных плавсредств, которые предназначаются для освоения углеводородных месторождений на континентальном шельфе, замерзающей Арктики и Дальнего Востока, судов для обеспечения Арктического региона. Для создания этих кораблей необходим ряд специфических требований, больших объемов НИОКР, а также разработка новых проектов и глубокая модернизация имеющихся кораблей. С этой задачей наилучше могут справиться оборонно-промышленные предприятия, которые имеют большую научно-техническую и материальную базу, которая может в короткие сроки перейти с производства военных судов на гражданские и осуществить данные проекты.

На данный период ОПК выполняет значимую социальную функцию, связанную с наполнением денежными средствами бюджетной системы РФ, обеспечением занятости населения, содержанием объектов социальной инфраструктуры, внедрением передовых технологий в производство востребованной продукции гражданского назначения, созданием, поддержанием внедрением военных и гражданских базовых и критических технологий, позволяющих обеспечить технологические прорывы или опережающий научно-технический прогресс к 2025 году долю востребованной продукции гражданского назначения, в общем объеме производства ОПК планируются довести до 30%, к 2030 году не менее чем до 50%. На долю ОПК включая продукцию военного назначения, приходится более 70% всей научной продукции в России, в нем занято более 50% всех научных сотрудников. Он обеспечивает производство 70% всех средств связи, 60% сложной медицинской техники, 30% оборудования для Топливо-энергетического комплекса. Можно с уверенностью говорить, что ОПК оказывает существенное влияние на экономическое развитие промышленности страны. Необходимо отметить, что наибольший объем продаж приходится на авиационную промышленность -37%. Экспорт вооружения и военной техники -27%. Экспорт военно-морской техники -18%, средств ПВО-15%. Экспорт других образцов ПНВ-4%. Прогнозы экспертов на следующие периоды довольно оптимистичны, это связано с очень высокой конкурентоспособностью техники Российского производства.

В дальнейшем планируется увеличение экспорта продукции ВПК, что позволит лучше финансировать данную отрасль для дальнейшей модернизации, как производимой продукции, так и материально-технической базы предприятий, нацеленных на производство данного ассортимента продукции военного назначения.

В заключение можно сказать, что без комплексного и инновационного развития ОПК, который является локомотивом всего экономического благосостояния страны сложно представить сильную и независимую экономику и благополучие граждан нашей Родины.

Литература/источники:

1. Вдовин А.Н. Развитие Топливо-Энергетического комплекса России: Альтернативные сценарии.
2. Стратегия развития Судостроительной промышленности на период до 2020 года и на дальнейшую перспективу. Утверждена приказом Министерства промышленности и Энергетики Российской Федерации от 6 сентября 2007 года №354.
3. Сущность и особенности инновационного развития предприятий оборонно-промышленного комплекса в современных условиях (Караваев И.Е.) / Российское предпринимательство № 13 /2012 – Издательство «Креативная экономика».

Хчоян Карина Артуровна,
студентка 2 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
karina.khchoyan21@gmail.com

Ясеницкий Игорь Андреевич,
научный руководитель, к. соц. н., доцент, заведующий кафедрой социально-экономических дисциплин
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
kafedra203_matem@mail.ru

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. В данной статье исследуется состояние машиностроительного комплекса Самарской области. Рассмотрены перспективы дальнейшего развития

данной отрасли. Определены основные точки роста и ключевые направления развития автомобилестроительного кластера. Проведен анализ структуры машиностроительного комплекса.

Ключевые слова: *Машиностроительный комплекс, экономический регион, промышленность, предприятия, отрасль, инжиниринг, технологии.*

Машиностроение является важнейшей отраслью промышленности, которая обеспечивает инновационное развитие предприятий народного хозяйства страны, так как состояние экономики и промышленности зависит от состояния развития машиностроения, ведь именно данная отрасль оснащает машинами, оборудованием, предприятиями и производства и является проводником достижений научно-технического прогресса. Данная отрасль является одной из самых сложных отраслей промышленности, которая в свою очередь производит широкую номенклатуру продукции, но не смотря на это она является одной из самых развитых и перспективных. Для успешного развития этой сферы хозяйства требуется техническое перевооружение предприятий за счет применения новейших технологий машиностроения, которое возможно благодаря инвестициям. Большое количество предприятий машиностроения регионов имеют устаревшие производственные мощности, требующие замены и модернизацию. При этом тормозящим фактором этого процесса остается низкая инвестиционная привлекательность отечественного машиностроения.

Актуальность данной работы заключается в том, что машиностроительный комплекс Самарской области является важнейшей сферой экономики региона. Машиностроение занимает одно из самых главных мест по объему отгружаемой продукции. Для того, чтобы продукция отечественной промышленности была конкурентоспособной на глобальных рынках необходимо иметь самые современные машины и оборудование, так как они необходимы всем кластерам страны и производство которых является функцией машиностроительной отрасли.

Функции машиностроения не ограничиваются производством современной техники, оно так же должно создать материально-техническую базу для обеспечения обороноспособности страны, обеспечить процесс воспроизводства в национальной экономике, удовлетворить конечный спрос населения на товары и услуги. От уровня развития данной отрасли зависит развитие всех отраслей страны.

Машиностроение в Самарской области является одной из наиболее перспективных и развитых сфер производства. Главная роль в нем принадлежит автомобильной сфере. Но стоит учесть то, что в машиностроении города насчитывается огромное количество отраслей [3].

В настоящее время данная сфера региона испытывает трудности, связанные с экономическими тенденциями, и политическим положением, происходящими в стране в последние годы, но несмотря на это, данный комплекс традиционно занимает одно из центральных мест в структуре обрабатывающего сектора Самарской области. Машиностроение имеет почти полный набор основных отраслей, среди которых основной всё-таки является автомобильная промышленность. Наш регион не сдаёт свои позиции и лидирует в стране по объему продаж новых автомобилей российских марок. По данным на январь-сентябрь 2019 года в Самарской области было реализовано 15,5 тыс. новых отечественных автомобилей или 6% от общего числа продаж машин российских марок за отчетный период.

В Самарском регионе находятся как предприятия, где собирают самолеты (АО «Авиакор – авиационный завод»), ракеты-носители и орбитальные аппараты (РКЦ «ЦСКБ-Прогресс»), так и предприятия по производству двигателей и их компонентов (ПАО «Кузнецов» и АО «Металлист–Самара»), подшипников (ООО «ЗПП»), агрегатные производства (АО «Авиаагрегат» и АО «Гидроавтоматика») [2].

Наиболее значимым предприятием Самарской области является компания ОАО «АВТОВАЗ». Эта компания является не просто одной из крупнейших в Самарской области, но и во всей России и даже в Восточной Европе. Она занимает место в почетном списке системообразующих организаций России. На данном градообразующем предприятии трудится более 100 тысяч человек.

ОАО «АВТОВАЗ» является лидером по продажам на внутреннем рынке. По данным за 2014 год, за всё время деятельности предприятие произвело и выпустило около 28 000 000 автомобилей. Это внушительное количество, которое можно представить, как 57 % от автопарка всей страны. Изучая данные за 2018 год, чистая прибыль АвтоВАЗа составила 5,86 млрд руб. против убытка в 9,66 млрд руб. годом ранее, сообщается в отчетности компании по МСФО. Выручка выросла на 25,5%, до 283,13 млрд руб., операционная маржа – в 9,15 раза, до 14,65 млрд руб. По данным Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ), в 2018 году АвтоВАЗ нарастил продажи Lадана 16%, до 360,2 тыс. автомобилей при росте рынка на 12,8%, до 1,8 млн машин [5].

Кроме того, для ряда предприятий Самарской области часть выпускаемой продукции связана с авиационной и космической тематикой. Например, на сызранском АО «Тяжмаш» изготавливают компоненты космических стартовых комплексов. АО «Авиакор-авиационный завод» занимается строительством самолетов, капитальным ремонтом и техническим обслуживанием различных типов воздушных судов. Компания «Авиаспектр-плюс» занимается производством авиационных комплектующих, также производит узлы и детали на авиа, водную и спец технику.

Для Самарского региона в машиностроительном комплексе занимают не последнее место предприятия электротехнической отрасли. Компания ООО «А-энерго» производит продукцию для ЗАО «ГК» «Электроцит» – ТМ Самара» и, являясь его дилером, осуществляет комплексные поставки современного высоковольтного оборудования. Снова немаловажное значение играет АО «Тяжмаш», которое на протяжении ряда лет занимается капитальным ремонтом гидроагрегатов.

Также в Самарской области существует специальное конструкторское бюро по долотам, которое ежегодно разрабатывает несколько десятков новых конструкций. АО «Волгабурмаш» производит машины и оборудования для добычи полезных ископаемых и строительства, тем самым внося огромный вклад в работу машиностроительного комплекса региона и развитию экономики страны в целом.

На основе данных министерства промышленности и технологий машиностроительный комплекс Самарской области включает в себя 89 крупных и средних организаций. Они распределены по четырем основным отраслям следующим образом:

- 33 предприятия – «Производство транспортных средств и оборудования»;
- 30 предприятий – «Производство машин и оборудования»;
- 17 предприятий – «Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования»;
- 9 предприятий – «Производство готовых металлических изделий, металлургическое производство».

По численности занятых в машиностроительной отрасли лидируют компании по производству транспортных средств и оборудования, меньше всего работников на предприятиях по производству электрооборудования, электронного и оптического оборудования [1].

В связи с утверждением постановления Правительства Самарской области от 2017 года, рассмотрим стратегическое видение автомобилестроительного кластера данного региона до 2030 года.

Для данного кластера определены следующие этапы развития до 2030 года, для каждого из которых, в свою очередь, определены точки роста и ключевые направления развития.

На первом этапе развития (с 2017 года по 2020 год) определены следующие основные точки роста:

- развитие современных сборочных производств и производств авто-компонентов;
- выход региональных производителей автокомпонентов на рынки регионов России и международные рынки;
- развитие рециклинга автомобилей.

Ключевыми направлениями развития станут:

- привлечение ведущих международных производителей и локализация их производств;
- развитие технологических процессов;
- развитие современной производственной инфраструктуры;
- развитие управленческих технологий;
- создание и развитие кластерной ассоциации;
- развитие инжинирингового центра;
- поддержка региональных производителей автокомпонентов при выходе на внешние рынки;
- развитие систем перепрофилирования, повышения квалификации и дуального образования;
- развитие рециклинга автомобилей.

На втором этапе развития (2021 – 2025 годы) основной точкой роста будет являться развитие производства технологичных автокомпонентов.

Ключевыми направлениями развития на данном этапе станут:

- поддержка научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (далее – НИОКР) и внедрения новых технологий на предприятиях кластера;
- гармонизация системы среднего профессионального образования с потребностями в кластере;
- модернизация и техническое перевооружение производителей авто-компонентов;
- консолидация производителей автокомпонентов.

На третьем этапе развития (2026 – 2030 годы) потенциальной точкой роста является производство новых моделей автомобилей (в том числе новых классов автомобилей с новыми свойствами в области электродвижения, автономного вождения, подключенного транспорта, газомоторной техники). В качестве основных направлений развития на данном этапе будут являться субсидирование создания производств электронных компонентов и компьютерного оборудования, стимулирование спроса на новые модели автомобилей и развитие инновационной инфраструктуры [4].

В 2030 году по сравнению с 2015 годом индекс производства автомобилестроительного кластера предполагается должен увеличиться в 1,8 раза (табл. 1).

Таблица 1. Целевой индикатор развития автомобилестроительного кластера

Наименование показателя	2015 г.	2016 г.	2020 г.	2025 г.	2030 г.	Среднегодовой темп роста за 2016 – 2030 гг.
Индекс производства автомобилестроительного кластера к уровню 2015 года, %.	100,0	85,3	112,4	138,2	183,4	104,1

На ряду с автомобилестроительным кластером в регионе имеют немаловажное значение ещё аэрокосмический кластер и кластер фармацевтических и медицинских технологий.

В данной производственно-экономической структуре выделяют также: нефтехимический, агропромышленный кластер, энергетический кластеры и машиностроительный кластер, включающий предприятия станкостроительной отрасли и тяжелого

машиностроения. В центре нашего внимания располагается машиностроительный комплекс, в частности предприятия, использующие машиностроительное производство. Такие предприятия могут относиться к различным отраслям промышленности, не только к машиностроению, а также входить в различные кластеры. Данный кластер сконцентрировал около 40% производства, 40% занятых в его сфере, 65% основных фондов его промышленности, 25% затрат на исследования и разработки, 20% экспорта Самарской области.

Таким образом, машиностроительный комплекс на протяжении многих лет продолжает сохранять свою значимость в Самарской области в силу заключенного в нем интеллектуального, инновационного и мультипликативного потенциала. Машиностроение должно постоянно развиваться и быть эффективным. С этой целью рассмотрен ряд мероприятий по развитию кластерной политики, который призван способствовать региональному развитию рассмотренного региона.

Литература/источники:

1. Лугачёва Л.И., Соболева Т.С. Инновационное развитие предприятий машиностроения как фактор роста экономической защищенности региона (на примере Новосибирской области) // ЭКО. – 2015. – № 10. – С. 64-77.
2. Клейнер Г.Б. Системная модернизация отечественных предприятий: теоретическое обоснование, мотивы, принципы // Экономика региона. 2017. Т.
3. Справочник. Самарское машиностроение. URL: https://spravochnick.ru/mashinostroenie/samarskoe_mashinostroenie/
4. Стратегия социально-экономического развития Самарской области на период до 2030 года URL: https://economy.samregion.ru/upload/iblock/82a/strategiya-so_2030.pdf
5. Никитина О. Автомобильный рынок. Деятельность «АвтоВАЗа». АвтоВаз вышел из убытков. 2019. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3961233>

Шебязева Юлия Сергеевна,
студентка 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
Devyatkina_yulya1@mail.ru
Шарохина Светлана Владимировна,
научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье аргументировано, что системный подход к обучению сотрудников является оптимальным для всех предприятий, независимо от размера и формы собственности. Рассмотрены преимущества и недостатки, как обучения персонала на рабочем месте, так и привлечения внешних специалистов. Сделан вывод о том, что система работы с персоналом должна создавать соответствующие производственные условия для реализации и развития профессиональных возможностей сотрудников.

Ключевые слова: обучение, внутрифирменное обучение, сотрудники, система руководства, учебный центр, посттренинговое сопровождение, образовательная программа, наставничество.

Высокое качество производимой продукции может быть обеспечено, в том числе, и высокоэффективными системами руководства сотрудниками, которые предполагают организацию непрерывного процесса обучения и развития персонала.

Для крупных предприятий характерна оптимальная система внутрифирменного обучения, включающая тренинги и обучающие программы; корпоративные учебные центры; посттренинговое сопровождение [1]. У таких предприятий сформированы деловые отношения с обучающими компаниями. Такие предприятия располагают долготлетними оптимальными системами обучения, которые ориентированы на упрощение работы по формированию статьи бюджета на проведение специальных программ. Затраты на обучение сотрудников в этом случае рассматриваются как долгосрочные инвестиции в человеческие ресурсы.

Такой подход является оптимальным для всех предприятий, независимо от размера и формы собственности. В любом случае при выборе организационных форм обучения необходимо смотреть, как на потребности организации, так и на доступность бюджета обучения [2]. Чрезмерная экономия может дать отрицательный эффект. Расходы на обучение должны рассматриваться не как издержки, а как инвестиции, обеспечивающие будущее развитие и долговременный рост организации. Не вызывает сомнения тот факт, что ценность сотрудников возрастает в результате обучения и приобретения опыта или убывает со временем, если индивидуального развития не происходит.

Конечно, финансово сильные предприятия имеют преимущества. У них всегда есть выбор: проводить обучение только своими силами или привлекать сторонние организации, или совмещать эти два подхода. Понятно то, что обучение с использованием собственных тренеров значительно снижает издержки компании. В этом случае проявляются следующие преимущества:

- знание преподавателем-тренером структуры управления конкретного предприятия и производственных процессов, происходящих там;
- возможность посттренингового сопровождения и консультирования персонала;
- установление быстрого контакта с коллегами по работе.

Кроме того, организация обучения на рабочем месте характеризуется пребыванием сотрудника в привычной рабочей обстановке, что дает возможность повторить и закрепить изученный материал. В этом смысле данная форма обучения является оптимальной для выработки навыков, требуемых для выполнения текущих производственных задач.

Разумно обращение к услугам внешних организаций в том случае, когда необходимо начать обучение в кратчайший срок. Так же внешние организации могут помочь, когда предприятие не располагает временем на подготовку собственных преподавателей. В то же время такая ситуация не лишена недостатков, так как обучение на рабочем месте не дает возможности работнику абстрагироваться от конкретной производственной ситуации и тем более – выйти за рамки традиционного поведения [3].

Как правило, ответственным подразделением, проводящим контроль качества обучения, выступает служба обучения и развития персонала. В обязанности отдела обучения и развития входят: администрирование программ обучения и оценка их эффективности; формирование и контроль бюджета; выбор поставщиков образовательных услуг. Ответственность за обучение сотрудников так же возлагается на руководителей структурных подразделений.

Внутреннее обучение на предприятии имеет следующие цели:

- проведение вводных, первичных, периодических инструктажей по охране труда, безопасности, гигиене труда;
- осуществление периодической обязательной общепрофессиональной подготовки;
- повышение квалификации руководителей, специалистов и рабочих;
- переподготовка руководителей, специалистов и рабочих с целью овладения

смежными профессиями;

- обучение в области качества;
- обучение в области профессионального здоровья и безопасности труда.

В системе образования возможно осуществление параллельного внешнего обучения согласно специальным программам. Нередко осуществляется внешняя переподготовка рабочих для освоения смежных профессий и узких специальностей, не являющихся специфическими для конкретного предприятия [4].

Большое применение получают такие методы обучения, как тренерство, коучинг, наставничество [5]. Эти направления в системе образования реализуются с помощью внутренних сотрудников, которые прошли необходимое обучение. Количество тренеров и коучей рассчитывается на месяц, что фиксируется в специальном плане.

Привлечение оптимального количества тренеров и коучей производится с учетом следующих условий:

- один тренер – на учебную группу до 20 человек;
- один коуч – на группу до 10 человек практических действий.

Система непрерывного обучения и развития предполагает так же самообучение работников по обучающимся программам, которые персонал получает через корпоративную коммуникационную сеть [6]. Данные методы обучения считаются малозатратными и способствуют сокращению времени, необходимого для обучения персонала. Вместе с тем, самообучение способствует повышению мотивации к развитию.

Потребность в обучении сотрудники службы персонала определяют с помощью различных инструментов – матриц и планов, в которые вносятся данные о необходимых корпоративных компетенциях сотрудников. В основе планирования обучения лежат цели предприятия. Срок обучения устанавливается в зависимости от категорий работников.

Весь процесс обучения должен быть описан в соответствующих планах, его необходимость должна быть понятна всем участникам и вызывать профессиональный интерес. В этой ситуации важное значение приобретает существование совпадения интересов и устремлений сотрудников и целенаправленности самой компании. Участие в обучении не должно существенно отвлекать сотрудников от выполнения их прямых функциональных обязанностей. В то же время обучение не должно проходить исключительно в нерабочее время. Руководители должны допускать принятие компромиссных решений в отношении планирования, как места, так и сроков обучения, совмещения учебы и рабочих обязанностей. Наличие обратной связи между обучающимися, преподавателями и руководством плодотворно влияет на эффективность обучения, позволяет внести в данный процесс изменения на основе принятых замечаний, что способствует его совершенствованию.

Одним из мотивов повышения квалификации работающих должна быть система оплаты труда, в которой предусмотрена дифференциация размера заработной платы в зависимости от квалификации.

В целях дальнейшего стимулирования тренерской работы необходимо правильно спланировать эффективную систему поощрения за проведение обучения в виде наставничества, тренерства, организацию семинаров и других форм передачи знаний. Оценкой качества наставника является успешное прохождение учеником проверки знаний, по результатам которой выплачивается материальное вознаграждение наставнику. Работники должны быть заинтересованы в использовании своих знаний не только для выполнения своих рабочих функций, но и в целях развития предприятия в целом или его отдельных подразделений.

Таким образом, каждый руководитель должен заботиться о повышении компетентности своих подчиненных. По мере возрастания значимости человеческих ресурсов необходимо осуществлять оценку кадрового потенциала, его профессиональных компетенций, так как любой сотрудник обладает потенциалом для личного и профес-

сионального роста. Система работы с персоналом должна создавать соответствующие производственные условия для реализации и развития профессиональных возможностей сотрудников.

Литература/источники:

1. Герасимов М.В. Внутрифирменное обучение: теоретический аспект // Молодой ученый – 2016. – №5. С. 319-323. [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/109/26486/> (Дата обращения: 15.03.2020).
2. Расходы на обучение сотрудников. [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://kbdp.ru/news/raskhody-na-obuchenie-sotrudnikov/> (Дата обращения: 15.03.2020).
3. Темнова И.О. Методы обучения работников в современных организациях // Проблемы науки. – 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-obucheniya-rabotnikov-v-sovremennyh-organizatsiyah/viewer> (Дата обращения: 15.03.2020).
4. Бычкова Н.А. Обучение персонала как залог успеха организации // Молодой ученый. – 2018. – №43. С. 203-205.
5. Брод Роб. Коучинг и наставничество в профессиональном развитии менеджеров: проблемы и возможности// Университетское управление: практика и анализ – 2005. [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kouching-i-nastavnichestvo-v-professionalnom-razviti-menedzherov-problemy-i-vozmozhnosti/viewer>
6. Кузнецова Т.Е. Самообучение персонала в инновационных организациях // Вестник Тамбовского университета , -2009. – №3 (71). С. 342 – 345.

Шебязева Юлия Сергеевна,

студентка 4 курса, направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
yolia@gmail.com

Пудовкина Ольга Евгеньевна,

научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olechkasgeu@mail.ru

КИБЕРАТАКИ НА ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В данной статье рассматривается достаточно новое явление для сектора информационной безопасности организаций как кибератаки. Они имеют широкое распространение и приобретают угрожающий характер, затрагивая широкий круг частных, корпоративных, а также государственных интересов. В статье представлены самые распространенные и опасные кибератаки.

Ключевые слова: кибербезопасность, кибератаки, вирусы, информационная безопасность, киберугрозы.

Проникнуть в инфраструктуру нефинансовой организации часто проще, чем атаковать банки: в большинстве компаний недостаточно серьезно относятся к киберугрозам. Впрочем, даже в этом сегменте жертвы становятся грамотнее в вопросах кибербезопасности. Массовые рассылки с фальшивыми письмами из Нигерии, составленными плохим языком, примитивные шифровальщики, ломающиеся от нескольких команд в консоли, перестали работать.

Злоумышленникам приходится усложнять свои методы вне зависимости от того, какую цель они преследуют. Так появляются нестандартные бизнес-модели на рынке ВПО, изоциренные методики и оригинальные подходы.

Вредонос Emotet, получивший известность сначала как банковский троян, а затем как средство доставки других зловредов, разросся в прошлом году до крупнейшей угрозы для всех инфраструктур в США – и частных, и государственных. Так охарактеризовало троян американское Министерство внутренней безопасности в оповещении от июля прошлого года. Основная масса атак Emotet за первую половину 2018 г. пришлась именно на организации в США. Власти страны утверждают, что к моменту публикации оповещения только региональным правительствам ликвидация одного инцидента с участием трояна стоило 1 млн долл. В целом среди всех атак финансовых троянов доля Emotet выросла с 4% в 2017 г. до 16% в 2018 г. [3]

Бизнес-модель «ВПО как услуги» (malware-as-a-service) позволяет Mealybug объединять Emotet с другими крупными финансовыми атаками. В прошлом году особенно опасной комбинацией специалисты по кибербезопасности назвали распространение через Emotet программы Qakbot – она занимает седьмое место среди крупнейших банковских троянов, на нее пришлось почти 2% всех финансовых атак в 2018 г. Как и Emotet, троян самостоятельно размножается в целевой сети путем перебора паролей от учетных записей. Одно это уже грозит неприятностями. Политики безопасности многих организаций предполагают, что корпоративные аккаунты блокируются при большом количестве неправильных вводов пароля. В результате, даже если вирус не поражает новую сферу, он вызывает массовые блокировки, которые могут парализовать работу организаций.

Особенно ярко тенденцию фишинговых рассылок к таргетированности и усложнению инструментария демонстрирует метод business email compromise (BEC, «компрометация корпоративной почты»). При использовании BEC злоумышленнику не нужен доступ ко всей инфраструктуре целевой компании – достаточно получить данные для входа в один корпоративный почтовый ящик. Ключевая деталь: этот ящик должен принадлежать топ-менеджеру либо сотруднику финансового департамента. Проникнув в корпоративный ящик, злоумышленник может неделями или даже месяцами просто отслеживать сообщения жертвы. Так он изучает контрагентов компании, систему оплаты счетов и стиль переписки владельца ящика. С помощью всей этой информации злоумышленник составляет правдоподобное письмо в финансовый отдел компании с просьбой срочно перечислить деньги на счет якобы одному из контрагентов.

Реквизиты «партнера» хакер при этом аккуратно подменяет на данные подставного счета. В некоторых случаях BEC-атаки нацелены на получение конфиденциальной информации. Это могут быть персональные данные сотрудников или финансовая отчетность компании. Такие сведения продают в даркнете или используют, например, для инсайдерской торговли.

По данным ФБР США, с октября 2013 г. по май 2018 г. в компаниях по всему миру выявлены общие потери от BEC на 12,5 млрд долл. На последние 17 месяцев данного периода пришелся всплеск атак с этим вектором: общий ущерб с октября 2013 г. повысился в 2,3 раза, а число известных инцидентов выросло на 95% – до 78 617 [3].

В 2016 г. средний убыток компании от BEC составил 140 тыс. долл. В июне 2018 г. ФБР публично заявило о WireWire – международной операции по поимке злоумышленников, совершавших BEC-атаки. Спецслужбы нескольких стран готовились шесть месяцев и в конечном счете арестовали хакеров в США, Нигерии, Канаде, Польше и на Маврикии. Власти конфисковали почти 2,4 млн долл. и прервали мошеннические транзакции общим объемом в 14 млн долл.

В России ситуация особая. Киберпреступники не стремятся добыть данные для дальнейшей монетизации, а снимают деньги с корпоративных счетов. Для этого всю вторую половину 2010-х гг. использовались три программы, работающие практически по одним и тем же схемам. Основная масса атак на российские организации с 2014 г. совершается при помощи трех вредоносных программ: Buhtrap, RTM и Dimnie. Есть

основания полагать, что они связаны между собой. Во-первых, в некоторых инцидентах программы используются вместе. Это может говорить о том, что их создатели либо координируют свои действия, либо и вовсе образуют одну группировку. Во-вторых, исполняемые файлы RTM и Buhtrap подписаны одинаковыми сертификатами [1].

Крупнейшая группировка, атакующая российские предприятия, также известна как Buhtrap. Она появилась в 2014 г. и с самого начала похищала средства только у юридических лиц. В 2015–2016 гг. злоумышленники сосредоточились на крупных хищениях из российских и украинских банков – за это время они нанесли ущерб более чем на 40 млн долл. В последние годы Buhtrap вернулась к атакам на нефинансовые организации.

С третьего квартала 2018 г. Вирусы Buhtrap и RTM усилили свою активность. К февралю 2019 г. Специалисты насчитали почти 140 тыс. пользователей, к которым пытались проникнуть вирусы. Сообщается, что в прошлом году по сравнению с 2017 г. общее число атак с помощью Buhtrap выросло на 74%, а с помощью RTM – на 5000% (Таблица 1) [2].

Таблица 1. Количество пользователей, атакованных банковскими троянцами RTM и Buhtrap в 2018 году



Атаки проходят по двум векторам, которые последние несколько лет принципиально не меняются.

В одних случаях злоумышленники рассылают письма с документами Microsoft Office. В темах сообщений указывается, что вложение содержит счета к срочной оплате и договоры на подписание. На самом деле в файлах находятся эксплойты, которые хакеры, как правило, создают при помощи эксплоит-пака MWI Exploit Kit.

Другой вектор – атаки типа watering hole. Киберпреступники заражают сайт, который жертвы часто посещают. Поскольку в случае с малыми и средними предприятиями злоумышленники нацеливаются на бухгалтеров, они внедряют эксплоит в специализированные форумы либо популярные СМИ. Когда жертва заходит на инфицированный ресурс, на компьютер автоматически скачивается вирус. Через него взломщик получает доступ в инфраструктуру компании.

Вирусы скрипты на крупных новостных сайтах были обнаружены в марте и августе прошлого года. Обе атаки были направлены на российских пользователей, и в обоих случаях хакеры внедряли на сайт эксплоит для Internet Explorer – браузера, который предустановлен в операционной системе Windows. Именно этим браузером зачастую пользуются сотрудники российских компаний из-за запрета на самостоятельную установку приложений.

Оказавшись в сети компании-жертвы, киберпреступники наблюдают за ней и выжидают появления денег. В удобный момент хакеры заходят на целевой компьютер через программу удаленного доступа, такую как LiteManager или Team Viewer, и приступают непосредственно к похищению средств.

Кража совершается двумя способами. Преступники либо переводят средства на счета подставных фирм, либо подменяют реквизиты в платежных поручениях, кото-

рые компания уже готовится загрузить в систему онлайн-банкинга. Последнее возможно благодаря сравнительно простому формату, в котором поручения выгружаются из популярных бухгалтерских программ 1С. Документы представляют собой обычные текстовые файлы и не предусматривают никакого контроля целостности – именно поэтому хакерам так легко подменять данные в поручениях незаметно для пользователей.

Таким образом, осуществление краж денег у организаций и физических лиц, заключается, как правило, во внедрении вредоносного программного обеспечения, потому что физические лица часто сами пренебрегают безопасностью при использовании конфиденциальной информации о своих финансовых счетах и счетах организации при проведении операций в интернете.

Литература/источники:

1. Маякова Е.А., Савченко Ю.С. Кибеатаки в экономике России/ политика, экономика и инновации № 4 (14), 2017
2. Назиров, Д. Т. и др. Кибератаки в современной России: причины, тенденции и методы преодоления / Д. Т. Назиров, Ш. Р. Мехтиев, М. А. Довлетмурзаева // Наука и молодежь. – 2016. – С. 202-207
3. Повторная кибератака на российские СМИ // Securelist [Электронный ресурс] // URL: <https://securelist.ru/buhtrap-strikes-again/90980/>

Юсупов Тимур Анатольевич,

студент 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
kerulea322223@gmail.com

Шарохина Светлана Владимировна,

научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

МУЛЬТИАГЕНТНЫЕ СИСТЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Аннотация. В приведенном труде исследуется использование мультиагентных систем для автоматизации процесса управления сложными объектами на предприятии. Рассматривается структура мультиагентной системы, типы агентов, входящих в нее, а также свойства и функции, которыми должен обладать агент для поддержки принятия решений в управлении предприятием

Ключевые слова: мультиагентные системы, управление предприятием, конкуренция, внешняя среда, мировой рынок, программные системы, организация труда.

Современный этап развития экономических отношений требует рассматривать предприятие в постоянной взаимосвязи всех его элементов. В условиях конкуренция, которая возрастет, успех любого предприятия зависит от адекватного и своевременного реагирования на постоянные изменения во внешней среде. Поэтому предприятие должно иметь механизмы управления, позволяющие осуществлять адаптацию к рыночным условиям и конкуренции на мировых рынках производителей [1].

Целью статьи является исследование возможности использования мультимедийных агентных систем для автоматизации управления сложными процессами на машиностроительных предприятиях России, определение функций и свойства агентов, необходимых для решения разнообразных задач.

За последние десять лет развитие телекоммуникационных технологий привело к возникновению концепций распределенных и интеллектуальных программных систем [3]. Такие системы могут быть реализованы с помощью различных способов, но именно мультиагентные системы (МАС) концентрируют все необходимые для таких технологий свойства с наибольшей выразительностью и полнотой.

В наше время теория агентов развивается в рамках исследовательских и коммерческих проектов (например, персональные помощники, обработчики почты, системы для поиска и обработки информации, а также системы моделирования процессов управления сложными технологическими процессами. Разработку этой проблематики мы находим в работах Поспелова Д. А. [6], Емельянова В. В. [3], Чекинова Г. П., Чекинова С. Г. [7] и др. Но в их работах недостаточно освещены вопросы использования мультиагентного подхода к моделированию процессов организации и кооперации на современных предприятиях, а также систем управления реструктуризацией крупных промышленных предприятий.

Мультиагентные системы относятся к очень сложным информационным процессам. В реальной жизни аналогом таких систем являются определенные социальные группы, которые характеризуются хорошей организацией труда и распределением обязанностей. Такие группы, благодаря тесному сотрудничеству, способны противостоять сложным проблемам. В каждой организации существуют определенные правила взаимодействия между самостоятельными агентами, которым для решения основной задачи дают подзадачи. Агенты имеют также определенный.

Врожденный интеллект, с помощью которого могут сотрудничать с другим агентами с целью обмена знанием (информацией) или устранения ошибок, которые были допущены ранее коллегами.

Понятие «агент» используется в различных отраслях (например, на производстве агентом может называться робот, а в сфере телекоммуникации – программа). Как следствие, в зависимости от среды агенты имеют разные свойства. Поэтому в процессе разработки и реализации МАС появилось несколько типов агентов, например: автономные, мобильные, интеллектуальные, социальные [3].

Несмотря на разнообразие типов агентов и их свойств дадим общее определение базового агента. Агент – это аппаратная или программная сущность, способная действовать в интересах достижения целей, которые были поставлены перед ним владельцем и/или пользователем. В дальнейших исследованиях будут рассматриваться только программные агенты.

Также агенты классифицируются по степени интеллектуальности [2]: простые, умные, интеллигентные, действительно интеллигентные.

При построении МАС для решения задач управления процессами машиностроительного предприятия целесообразно использовать интеллектуальные и действительно интеллектуальные агенты, которые отличаются тем, что поддерживают помимо автономного выполнения, взаимодействие с другими агентами и слежение за окружением – способность использовать абстракции, адаптивность поведения, обучение на прецедентах и толерантность к ошибкам [6].

Определим свойства, которыми должен характеризоваться интеллектуальный агент для решения задач управления объектами на предприятии:

- автономность – способность действовать как самостоятельный процесс, в ходе которого выполняются убедительные действия без вмешательства пользователя;
- способы общения – агенты взаимодействуют с другими агентами с помощью определенного коммуникационного языка;
- реактивность – способность воспринимать окружающую среду, которая может быть физическим миром, пользователем, взаимодействующим через графический интерфейс, или коллекцией других агентов, и адекватно реагировать в определенных временных рамках на изменения, которые происходят;

- активность – агенты не просто реагируют на изменения среды, но и имеют целенаправленное поведение и способность проявлять инициативу;
- индивидуальная картина мира (окружающей среды) – каждый агент имеет собственную модель окружающей среды, описывающую то, как агент его видит. Агент строит свою модель мира на основе информации, которую получает из внешней среды;
- коммуникабельность и кооперативность – агенты могут обмениваться информацией с окружающей средой и другими агентами, что дает им возможность строить собственную модель среды. Более того, возможность коммуникаций с другими агентами является обязательным условием совместных действий для достижения целей;
- интеллектуальное поведение – способность к обучению, логичной дедукции или конструированию модели окружающей среды для того, чтобы находить оптимальные способы поведения.

Итак, каждый агент – это процесс, имеющий определенный объем знаний об объекте и возможность обмениваться этими знаниями с другими агентами.

Для решения задач управления процессами предприятия целесообразно использовать систему взаимосвязанных агентов. Каждый агент, используемый в этой системе, выполняет определенный ряд функций, что определяет его принадлежность к одному из трех типов:

- 1) агенты интерфейса;
- 2) агенты заданий;
- 3) информационные агенты.

Пользователь ассоциируется с набором агентов, которые взаимодействуют между собой с целью решения различных задач и учета пожеланий пользователя.

Агенты интерфейса взаимодействуют с пользователем, получают от них описание задания и дают им в ответ результаты. Они получают, моделируют желания пользователя в процессе координации системы в целях поддержки задач. Например, агент фильтрует электронную почту в соответствии с пожеланиями пользователя. Главные функции агента интерфейса:

- сбор информации от пользователя для выполнения задач;
- предоставление необходимой информации пользователю, включая результаты и объяснение;
- запрос у пользователя дополнительных сведений в процессе выполнения задания;
- при необходимости – запрос подтверждений.

Агенты задач поддерживают принятие решений через формулировку решения задачи, а выполнение этих планов – через запросы и обмен с другими программными агентами. Агенты задач имеют знания о предметной области задачи и о том, какие средства применимы для выполнения различных подзадач. Кроме того, они имеют набор стратегий разрешения конфликтов и выполняют обработку информации, полученную от информационных агентов. Агенты задачи выполняют следующие функции:

- получают описание задачи от агентов интерфейса;
- интерпретируют это описание и получают цели решения;
- формируют планы действия для решения задачи;
- определяют, какой информации не хватает для решения задачи, и формируют запрос информационному агенту;
- координируют действия соответствующих агентов задач или информационных агентов относительно выполнения плана и получения результата. Например, агент задачи – это агент, дающий рекомендации предприятию по покупке акций на фондовой бирже.

Информационные агенты обеспечивают интеллектуальный доступ к разнородным информационным источникам. Информационные агенты имеют модели связанных с получением информации ресурсов, стратегий сбора источников, доступа к информации, решения конфликтных ситуаций. Такими, например, являются агенты, контролирующие цены акций на фондовой бирже.

Информационные агенты активны, то есть постоянно контролируют информационные ресурсы и подают информацию другим агентам, а не просто ждут и обслуживают одноразовые запросы.

Приведенная многоагентная система, с одной стороны, помогает решить несколько задач одновременно, а с другой стороны позволяет решать одну задачу с помощью нескольких интеллектуальных подсистем. При этом задание делится на несколько подзаданий. МАС обеспечивает взаимодействие между агентами, например, при формировании запроса на передачу некоторых данных от одного агента другому или при выполнении определенных действий.

Мультиагентные системы отличаются от других сложных систем центрального управления агентами, децентрализованностью источников данных и доступа к ним, асинхронной работой агентов.

Построение программных систем по принципам МАС и ее использования во время решения задач управления обусловлено такими факторами [4]:

- параллельность выполнения задач. Мультиагентная система обладает способностью выполнять одновременно несколько независимых задач одновременно с помощью различных агентов;

- на предприятии необходимо обеспечить устойчивость работы системы (сохранение данных, достоверность полученных результатов и т. п.). Здесь контроль и ответственность за выполняемые действия распределены между несколькими агентами. Через отказ одного агента система не перестает функционировать. Таким образом, логично разместить агентов на разных компьютерах;

- модальность мультиагентных систем, что позволяет легко увеличивать и видоизменять систему путем добавления/устранения агентов;

- на таких крупных предприятиях, которыми являются предприятия машиностроения логично каждого из участников процесса подать в виде агента. Например, процесс расчета себестоимости товара распределить между агентами, где каждый из них делает расчеты только для одного вида товара;

- на предприятии численные базы данных размещаются на многих персональных компьютерах, они используют разнообразные форматы данных, занимают большие объемы памяти, а также требуют больших вычислительных затрат.

Таким образом в ходе работы были определены три типа агентов и функции, которые эти агенты должны выполнять с целью решения задач пользователя, определены структура связей между агентами.

Приведенные характеристики мультиагентных систем свидетельствуют о возможности их применения в управлении бизнес-процессами машиностроительных предприятий в отраслях транспортной и производственной логистики, управлении проектами, планировании ресурсов предприятия.

Литература/источники:

1. Вечканов Г.С. Экономическая теория / Г.С. Вечканов. – СПб.: Питер, 2017. – 512 с.
2. Дюк В. Data mining: Учеб. курс / В. Дюк, А. Самойленко. – СПб.: Питер, 2001. - 366 с.
3. Емельянов В.В., Афонин П.В. Модели искусственной жизни в оптимизационных задачах // Труды Международных научно-технических конференций IEEE AIS'04 и CAD-2004 (Дивноморск, 3-10 сентября 2004 г.). Т.1. – М.: Физматлит, 2004. – С.39-47.
4. Ларионов И.К. Экономическая теория: Учебник для бакалавров / И.К. Ларионов. – М.: Дашков и К, 2018. – 408 с.
5. Поспелов Д.А. Многоагентные системы – настоящее и будущее // Информационные технологии и вычислительные системы – 2002. – № 1, 2002. – С. 14-21.

6. Соломка Ю.И. Использование мультиагентных систем в управлении предприятием. Торговля и рынок Украины: Темат. сб. науч. работ. Вып.21. / Глав. Ред. А.А. Шубин. – Донецк: ДонГУЭТ, 2006. С. 115 – 120.

7. Чекинов Г.П., Чекинов С.Г. Применение технологии многоагентных систем для интеллектуальной поддержки принятия решения (ИППР) // Системотехника. – 2003. – №1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://systech.miem.edu.ru/2003/n1/Chekinov.htm> (Дата обращения: 20.03.2020)

Юсупов Тимур Анатольевич,
студент 3 курса, направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
kerulea322223@gmail.com

Пудовкина Ольга Евгеньевна,
научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olechkasgeu@mail.ru

СИСТЕМА ОТКРЫТОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ОБМЕНА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КОМПАНИИ

Аннотация. В статье описываются новационные системы, в которых идеи и управленческие решения генерируются без прямого вмешательства аналитиков и руководителей предприятия. Автором рассматриваются особенности и проблемы процесса информационного обмена, прямые и дополнительные выгоды. Оценивается их влияние на развитие корпоративной культуры и саморазвитии компании.

Ключевые слова: компания, новация, бизнес-процессы, синергетический эффект.

Известно, что эффективность бизнес-процессов является залогом успешной деятельности компаний. Это правило признано ведущими экономическими институтами, в том числе Базельским комитетом. Так, именно несовершенство и ошибки в построении внутренних процессов и систем компании, влекущие прямые и косвенные убытки, официально признаются Базельским комитетом ключевыми источниками операционного риска.

Это правило активно применяется и на практике: значительная часть компаний пытается использовать различные инструменты и механизмы совершенствования своих внутренних процессов и систем. Так, сегодня можно наблюдать тенденцию к внедрению на предприятиях новационных систем, которые в значительной степени повышают качество управления процессами при одновременном снижении затрат на выполнение самих управленческих функций.

Можно констатировать, что в основе подобных систем лежит закон конкуренции – постоянное стремление к повышению качества услуги, снижению ее стоимости и максимальному соответствию предложения спросу. При этом в качестве услуги (продукта) выступает идея по улучшению процесса, в качестве продавца – любой субъект (сотрудник), которому эта идея пришла в голову, а в качестве покупателя – сама компания (ее уполномоченные лица). Т.е. решения по изменению процессов в таких системах могут быть сформированы не только аналитиками и руководством предприятия (представителями «монопольной» среды), но и любыми субъектами (представителями конкурентной среды).

О таких новационных системах, приобретающих сегодня особое значение, и пойдет речь в нашей статье. При этом сущность данных систем будет раскрываться применительно к особенностям и проблемам их внедрения на практике.

Стоит отметить, что двумя ключевыми элементами фундамента рассматриваемых новационных систем являются:

1) расширенный круг потенциальных генераторов новаций и управленческих решений, в который включаются все сотрудники компании, а не только руководители и аналитики;

2) информационная система обмена и анализа этих новаций и решений (система обмена мнениями).

Остановимся на этих двух элементах более подробно.

Что такое информационная система обмена мнениями? В этой системе все процессы представлены графически очень простыми, но детализированными схемами. Каждый сотрудник без предварительной подготовки и обучения может проанализировать любой процесс, ознакомившись с его схемой, в которой отражены затраты и добавленная стоимость процессов в денежном и ином выражении. Изменяя схемы, пользователи видят их новую затратность и сразу определяют доходность или убыточность этих изменений, как будто они фактически уже произошли.

В некоторых российских компаниях эти системы давно и успешно функционируют в виде «процессных редакторов» (BPWin, ARIS и пр.), однако по ряду причин полномасштабно используют их в указанном направлении только отдельные предприятия.

Второй элемент системы (расширенный круг генераторов идей) компании создают с помощью совершенствования своей корпоративной культуры. Формируется атмосфера востребованности любых конструктивных замечаний. Это позволяет каждому сотруднику в случае возникновения у него замечаний к процессам, оргструктуре и продуктам вносить конкретные предложения об их изменении в информационную систему в виде корректировки схем. Эти предложения проходят быстрый многоступенчатый отбор. Отобранные варианты сразу закрепляются в нормативных документах и внедряются в практическую деятельность компании. Сотрудники, чьи предложения были приняты, поощряются. Этот процесс освещается посредством Интранета, что позволяет заинтересовывать и других работников во внесении своих предложений, касающихся коррекции и детализации процессов.

Для подобного изменения корпоративной культуры компании в основном используют мотивацию. Так, например, объявляется, что сотрудники:

1) могут самостоятельно сделать внутренние процессы более удобными, изменив по своему желанию схемы и обосновав эти изменения;

2) будут дополнительно премироваться за внесение наибольшего количества значимых и принятых предложений;

3) будут поощряться повышением оклада и карьерным ростом с учетом количества и качества предложений, внесенных ими и их подчиненными [2].

Итак, значительная часть новационных и управленческих решений в таких компаниях генерируется расширенным кругом сотрудников. Возникает и поддерживается конкуренция мнений, основанная на принципах не административного диктата («начальник / подчиненный»), а целесообразности и разумности («логично / нелогично»), что влечет повышение качества решений и снижение их стоимости.

Стоит отметить, что именно в системе обмена мнениями действие закона синергии проявляется очень ярко. Так, каждое из перечисленных ниже преимуществ (ценное само по себе) значительно повышает эффективность решения основной задачи – управления качеством бизнес-процессов.

Итак, отметим наиболее интересные и важные синергические эффекты от внедрения указанных систем:

1. Снижение расходов на выплаты руководителям и аналитикам.

Доля решений по изменению процессов, сформированных не аналитиками и руководителями (по сути бесплатных), в общей массе управленческих решений постоянно растет, а значит, стоимость последних непрерывно снижается. Именно таким образом происходит существенное сокращение затрат на функцию управления в целом.

2. Прозрачный отбор талантливых и «производительных» сотрудников.

Системой автоматически (а значит, объективно) фиксируется не только производительность труда сотрудников (количество их действий определенного качества), но и количество идей (заявок на изменение процессов), сфера, значимость и качество внесенных предложений («внедрено / не внедрено»). Т.е. HR-отдел получает объективные данные о том, кто из сотрудников в каких процессах разбирается лучше всех, кто является инициативным, креативным и даже талантливым. Все это позволяет централизованно, прозрачно и объективно отбирать работников для их последующего карьерного продвижения.

3. Высокая степень независимости компании от менеджмента.

Доля подробно, объективно и понятно задокументированных процессов постоянно растет, а значит, их могут исполнять любые новые сотрудники соответствующей квалификации без предварительного долгого ознакомления с должностными обязанностями. Т.е. деятельность компании перестает зависеть от конкретных специалистов, т.к. они без последствий могут быть заменены новыми работниками или сотрудниками, занимающими смежные позиции.

4. Высокая лояльность менеджеров.

Сотрудники, видя, что их идеи (обоснованные и продуктивные) внедряются, начинают осознавать свою значимость, чувствовать себя не безмолвными исполнителями чужой воли, а полноправными участниками процесса оптимизации внутренних процессов. Приходит понимание того, что в будущем, если возникнет необходимость, процессы снова можно будет изменить таким же образом. Это рождает ощущение контроля над ситуацией, а значит спокойствие и уверенность в завтрашнем дне.

То, что сотрудники придумали, что изменили «своими руками», они начинают ценить. Такое отношение распространяется также на продукты и в конечном счете на всю компанию. Повышается нематериальная мотивация и лояльность сотрудников, их желание работать именно в этой организации.

5. Улучшение производных функций компании. Система позволяет не только оптимизировать первичные (представленные схемами) процессы, но и существенно повысить эффективность практически всех производных процессов.

6. Повышение уровня корпоративной культуры и знаний.

Доля сотрудников, анализирующих процессы, в информационной системе постоянно растет. По сути, работники занимаются в том числе самообразованием, причем по наиболее актуальным именно для данной компании «учебным материалам». У сотрудников, работающих в такой системе, постоянно расширяются представления о бизнес-процессах организации, ее исполнителях и продуктах, а значит, совершенствуется и корпоративная культура предприятия.

7. Положительный неформальный PR на рынке.

Отмечено, что внедрение подобных систем, ввиду заинтересованности всех сотрудников, сопровождается активной самопроизвольной рекламой и многочисленными слухами. С большой долей вероятности это явление оказывает влияние на стоимость акций, т.к. данная информация доходит и до трейдеров. Кроме того, о внедрении таких систем узнают и сотрудники конкурирующих компаний, что стимулирует приток новых кадров, заинтересованных самой корпоративной культурой, построенной на системе обмена мнениями.

8. Мгновенная адекватная адаптация компании к изменениям внешней и внутренней среды.

В данном случае для наглядности сравним систему обмена мнениями с нервной системой живого организма, например, млекопитающего.

Во-первых, по сути, создается периферийная сенсорная система компании. Т.е. в точках присутствия всех представителей организации происходит фиксирование важной информации и ее мгновенная передача для централизованного анализа без предварительной обработки.

Во-вторых, появляется система рефлексорной саморегуляции компании («вегетативная функция»). Т.е. основной объем полученной информации анализируется сразу и по типичным «незначительным» фактам (а таковых большинство) и выработка вариантов решений происходит на местах.

В-третьих, рассматриваемая система существенно улучшает функцию центральной нервной системы (централизованного анализа информации). Уполномоченные руководители и аналитики центральной системы получают важную информацию сразу в систематизированной и репрезентативной форме с готовыми вариантами решений. Это позволяет достаточно глубоко анализировать ситуацию, в том числе с позиций периферийных субъектов. Им остается лишь произвести ответственный выбор из предложенных вариантов или учесть их в случае принятия иного решения.

Благодаря этому в компаниях формируется эффективная система раннего предупреждения и обеспечивается постоянное опережение конкурентов в методах, технологиях и продуктах.

9. Постоянное «саморазвитие» компании.

Некоторые компании, чтобы сделать систему автономной и способной самостоятельно противостоять «хаосу и дезорганизации», специально создают саморегулируемую среду. Они достигают этого, применяя закон «невидимой руки» Адама Смита – ограничивая до минимума свое вмешательство. Они обеспечивают только спрос на идеи (мотивацию), их потребление (анализ и внедрение идей), техническую поддержку и нормативное регулирование среды по наиболее важным вопросам. Таким образом, круг замыкается, и все перечисленные выше преимущества начинают постоянно самостоятельно создаваться и совершенствоваться [1].

Для преодоления препятствий, мешающих внедрению указанных систем, некоторые компании соблюдали также следующие правила их создания.

- Простота и понятность. Отмечалась высокая удобность и интуитивная понятность интерфейса и самих схем, а также лаконичность и предельная доходчивость последних.

- Прозрачность и быстрота. Все заявки на изменение процессов рассматривались в течение трех дней. Содержание этих заявок и результат их рассмотрения (отклонение/утверждение) открыты для общего доступа.

- Поступательность. Наблюдалось постоянное поддержание темпов расширения, детализации и обновления схем. Это достигалось благодаря особой логике управления методологической функцией и повышению производительности методологического подразделения за счет введения оценки эффективности работы (специальных KPI) ее сотрудников [3].

Как нам кажется, соблюдение этих правил обусловлено, прежде всего, стремлением сохранить у пользователей заинтересованность во внесении своих предложений и убедить их в объективности рассмотрения заявок.

Подводя итог всему сказанному, следует отметить следующее. Повышение качества и снижение стоимости управленческих решений является ключевым элементом управления качеством процессов. Некоторые компании пытаются внедрять системы, в которых часть этих решений генерируется без прямого участия аналитиков и руководителей.

Сутью этого механизма является перенос прав на формирование таких решений из монопольной в конкурентную среду, которую составляют все сотрудники компании

и вообще любые лица, вносящие свои предложения через Интернет. Достижение указанных результатов стало возможно исключительно благодаря применению рассмотренных принципов открытого информационного обмена.

Однако многие компании, пытавшиеся внедрить подобные системы, не смогли преодолеть возникших препятствий, источником которых служат базисные (и поэтому очень мощные) стремления большинства руководителей к сохранению своих прав и сокращению обязанностей.

В преодолении этих проблем решающую роль играет прямая поддержка проектов владельцами компании, а также умения, адекватность и дипломатические способности руководителей самих проектов.

При этом организации, которым удалось внедрить данную систему, получили значительные синергические эффекты в виде совершенствования корпоративной культуры и бизнес-процессов.

Вполне обоснованно можно предполагать, что число компаний с такими системами в ближайшем будущем существенно увеличится. Это, в свою очередь, приведет к изменению всей парадигмы корпоративной культуры финансового сектора российского рынка.

Литература/источники:

1. Александров В. Глобальный информационный рынок назад //Наука и бизнес. – 2017. – №1
2. Гайдук К.В., Мерзликина Г.С. Основы функционирования бизнес-процессов. – Волгоград, 2014.
3. Ендровицкий Д.А., Соболева В.Е. Экономический анализ слияний / поглощений компаний. – М.: КНОРУС, 2018.
4. Ищенко С.М. Формы проявления эффекта синергии от информатизации// Корпоративное управление и инновационное развитие экономики. – 2016. – №3.

Актуальные проблемы юриспруденции в эпоху цифровизации

Беспалова Анастасия Евгеньевна,
студентка 3 курса направление «Юриспруденция»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
nastasya.bespalova.98@bk.ru

Шарохина Светлана Владимировна,
научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

ОБ УСИЛЕНИИ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ИНФОРМАЦИЮ, РАЗМЕЩЕННУЮ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Аннотация. В статье автор утверждает, что Интернет следует считать общественным местом (пространством) таким, как и все другие, в рамках которых осуществляется общение между людьми. В результате анализа изменений законодательства, автор делает вывод о том, что законодательство РФ предусматривает административную и уголовную ответственность за выражение явного неуважения к обществу в общественных местах, надругательство над государственными символами, оскорбление представителей власти. И это не является нарушением прав и свобод граждан.

Ключевые слова: информация, информационные технологии, общество, государство, мелкое хулиганство.

Правовые акты «О внесении изменения в ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [1] и «О внесении изменения в статью 20.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях (об установлении административной ответственности за распространение в информационных сетях информации, выражающей в неприличной форме явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам РФ, Конституции РФ и органам, осуществляющим государственную власть в РФ)» [2] были подписаны 18 марта 2019 года, а вступили в законную силу 29 марта 2019 года.

Цель статьи – опровергнуть утверждения о том, что данные изменения являются ущемлением права на свободу слова в РФ.

Большей частью молодежь уже существует в виртуальном пространстве. Эту современную реальность уже активно учитывают в своей деятельности создатели рекламных компаний и обращений и в целом – специалисты по маркетингу. Политики учитывают эти факты в своей деятельности. У психологов это вызывает некоторую озабоченность. В связи с этим авторы рассматриваемых изменений утверждают, что Интернет следует считать общественным местом (пространством), как и все другие, где осуществляется общение между людьми.

Рассматриваемые изменения содержат в себе требования, направленные на закрепление административной ответственности в том случае, когда в действующих информационных сетях была обнародована и передана дальше по соцсетям информа-

ция, что выражает в неприличной форме прямое неуважение к обществу. Те, кто критикуют данные изменения, называют имеющуюся в действующем законодательстве сходную формулировку такого явления, как мелкое хулиганство [3]. Дополнение ст. 20.1. КоАП РФ «Мелкое хулиганство» утверждает, что мелкое хулиганство – это нарушение общественного порядка, выражающее явное неуважение к обществу, сопровождающееся нецензурной бранью в общественных местах, оскорбительным приставанием к гражданам, а равно уничтожением или повреждением чужого имущества [4].

Таким образом, рассматриваемые изменения, внесенные в законопроект, распространяют понятие «хулиганство» на весь виртуальный мир. Именно против этого выступает другая сторона. Естественно возникает вопрос о том, почему же тогда не наказывать за нецензурную брань в Интернете, не считать оскорбительными приставаниями ложь, унижения, высмеивания. Потому что они не ранят физически в данный момент? Ранят, так как неверное слово может спровоцировать сердечный приступ, обострение хронических болезней, способствовать ссоре в семье, принятию неправильных и опасных решений и т.д., что и приведет уже к увечьям физическим и даже самоубийствам.

В соответствии с рассматриваемыми поправками в тексте закона, в Интернете не должно выражаться явное неуважение к обществу, государству, государственным символам, Конституции или органам государственной власти. Критики поправок утверждают, что норма, нацеленная на защиту государственных символов, содержится также в ст. 329 УК РФ: «Надругательство над Государственным гербом РФ или Государственным флагом РФ». При этом, если говорить точно, то в Уголовном кодексе рассматривается недопустимость никакого надругательства над государственными символами, но ничего не сказано о неуважении. Таким образом можно говорить, что подвержены рассмотрению разные составы по своей сущности. Тогда правильно говорит представитель Генеральной прокуратуры РФ Е. Артамонова, когда утверждает, что нет возможности для реализации данных изменений без того, чтобы не проводить специальные лингвистические экспертизы в любом конкретном случае, который назовет суд [3].

Согласно изменениям информация не может быть выражена в неприличной форме. Это понятие, по которому разгорелась научная дискуссия среди теоретиков и практиков юриспруденции. Его связывают с таким понятием, как «оскорбление», то есть «унижение чести и достоинства другого лица, выраженное в неприличной форме» (согласно ч. 1 ст. 5.61 КоАП РФ) [6]. Как отмечает В. П. Уманская, представленный в КоАП РФ подход к понятию оскорбления вызывает множество сложностей в правоприменительной практике [7]. Во-первых, существует неопределенность терминов «честь» и «достоинство». Во-вторых, понятие «неприличная форма» не может быть однозначно определено, так как оценка формы отнесена на усмотрение судьи. Вместе с тем, установление справедливости в суде – это тот цивилизованный опыт, которому нам нужно учиться.

Изменениями устанавливается административную ответственность, наступающую за распространение в информсетях информации, которая формулирует в неприличной форме отношение, которое может быть расценено, как неуважение к государственной власти в целом и к органам, ее осуществляющим в частности. При этом следует понимать, что согласно Комментарию к Уголовному кодексу РФ под редакцией А.В. Бриллиантова, статья 319 УК запрещает публичное оскорбление представителя власти, находящегося при исполнении должностных обязанностей или в связи с их исполнением. При этом отмечается, что оскорбление может быть произведено любыми способами: словесно, жестами, письменно и т.д. [8]. Надо понимать, что способ, которым было совершено конкретное преступление, никак не влияет на наличие состава этого преступления. Следовательно, за размещение подобных оскорблений в отношении представителей власти в Интернете можно получить наказание и по действующему законодательству.

Те специалисты, которые не поддерживают данные изменения, утверждают, что их авторы предложили законодательную норму, что будет разрешать подвергать наказанию тех, кто критикует власть, даже, если чиновники, действительно, плохо выполняют свои обязанности. Они утверждают, что поправки будут способствовать запрещению критику власти в целом. Мы не согласны с таким мнением, так как если чиновник, действительно, плохо выполняет свои обязанности, то этот вывод должен основываться на конкретных фактах, что могут быть изложены без оскорблений и неуважения, а конструктивно и тем более могут быть доказаны в суде.

По нашему мнению, критика власти, выражение мнения о работе Государственной Думы, личная неприязнь к Президенту РФ, недовольство высокими налогами, возмущение социальной несправедливостью, низкими пенсиями и высокими доходами чиновников, озабоченность санитарно-гигиеническими нормами школьного питания, возмущение по поводу ремонта дорог не попадают под ограничения, установленные изменениями. Так как утверждение о том, что налоговая давит на предпринимателей, в думских комитетах нет профессионалов, а депутаты в регионах берут взятки – это не неприличная форма и не оскорбление достоинства, а просто чье-то мнение. Если же в этих словах содержится откровенная клевета, то можно применить другую статью, она давно работает: УК РФ Статья 128.1. Клевета. [9].

Блокировать сайт за конструктивную критику и личное мнение об органах власти никто не разрешал. И штрафы за это тоже не вводили. Установлены штрафы за распространение в информационных сетях информации, выражающей в неприличной форме явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам РФ, Конституции РФ и органам, осуществляющим государственную власть в РФ.

За обычное мелкое хулиганство (нецензурную брань в общественном месте) штрафы – до 1000 рублей. С публикациями в Интернете все строже.

Суммы штрафов для физических лиц:

- Первое нарушение: 30 000–100 000 руб.
- Повторное нарушение: 100 000–200 000 руб.
- Больше двух нарушений: 200 000–300 000 руб.

Штрафу подлежат граждане, которым более 16 лет. Индивидуальные предприниматели и юлица не являются субъектами рассматриваемого нарушения закона, поэтому для них не предусмотрено наказание.

Размер штрафа определяется в судебном порядке отдельно по каждому случаю. Вместе с тем информация относительно каждого такого дела должна направляться в прокуратуру.

Сайт или отдельную страницу, содержащую указанные нарушения, согласно законодательству, могут заблокировать.

Блокировка осуществляется согласно следующему плану:

1. Генеральный прокурор или его заместители обращаются в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Инициативу, направленную на блокировку, могут проявить лишь должностные лица Роскомнадзора.

2. Роскомнадзор обращается к провайдеру или владельцу хостинга с призывом: заблокировать конкретный сайт.

3. Провайдер обращается к владельцу сайта просьбой удалить информацию. Также провайдер предупреждает, что в случае невыполнения требования, сайт будет заблокирован. На то, чтобы избавиться от незаконной информации предоставляется время – одни сутки.

4. В случае, когда владельцы сайта не обращают внимания на поступившее в их адрес предупреждение, доступ к данному сайту ограничивают. Когда провайдер или хостинг сами не могут осуществить блокировку сайта. Тогда привлекают к мероприятиям оператора связи.

5. Когда информация будет извлечена, доступ будет вновь восстановлен.

Решение суда для таких блокировок не понадобится.

А вот далее, если попавший под санкции, считает себя незаконно наказанным, то он вправе и должен обращаться в суд.

Таким образом, законодательство Российской Федерации закрепляет, как административную, так уголовную ответственность в случае обнаружения фактов, свидетельствующих о проявлении и выражении безусловного или явного неуважения к обществу, наблюдающееся в общественных местах, о проявлении надругательства над госсимволами или при обнаружении фактов, направленных на оскорбление представителей действующей власти. При этом серьезная критика действующей власти и всех ее органов допустима, если есть для этого, действительно, поводы. При этом критика должна быть конструктивная, аргументированная, рассматривающая несколько точек зрения. Бесспорно, интернет является общественным пространством, в котором, конечно, должны соблюдаться принятые правила допустимого поведения для всех. Эти правила направлены на обеспечение и сохранение общественного порядка и обеспечение уважения к обществу и госинститутам. Конечно, невозможно заставить людей уважать то, что недостойно уважения, и лишать их права высказывать свои убеждения, однако делать это нужно, не посягая ни на чью честь и достоинство.

Литература/источники:

1. Федеральный закон «О внесении изменения в ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/00012019031800> (дата обращения: 19.03.2020 г.).

2. Федеральный закон «О внесении изменения в Кодекс РФ об административных правонарушениях» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/000120190318001> (дата обращения: 19.03.2020 г.).

3. Швабауэр А.В. Анализ законопроектов «О запрете критики власти» и «Запрете недостоверной информации». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://narzur.ru/analiz-zakonoproektov-o-zaprete-kritiki-vlasti-i-zaprete-nedostovernoj-informacii> (дата обращения: 19.03.2020 г.).

4. «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 17.06.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 18.06.2019) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/74754240d170cc049cd7b313852fd5985eb0aafc/ (дата обращения: 19.03.2020 г.).

5. Уголовный кодекс РФ. Статья 329 «Надругательство над Государственным гербом Российской Федерации или Государственным флагом Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://center-yf.ru/data/Yuristu/ugolovnyy-kodeks-rf-329.php> (дата обращения: 19.03.2020 г.).

6. «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 17.06.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 18.06.2019) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/d40cbd099d17057d9697b15ee8368e49953416ae/ (дата обращения: 19.03.2020 г.).

7. Швабауэр А.В. Правила допустимого поведения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rospisatel.ru/novosti2019/17.html> (дата обращения: 19.03.2020 г.).

8. Бриллиантов А.В. Комментарий к Уголовно-исполнительному кодексу Российской Федерации (постатейный) / А.В. Бриллиантов, С.И. Курганов. – М.: Проспект, 2013. – 432 с.

9. «Уголовный кодекс Российской Федерации» от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 29.05.2019)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/8a73d26dba7976d6c43cc94aa1515368fef256f0/ (дата обращения: 19.03.2020 г.).

Боброва Яна Андреевна,
студентка 3 курса направление «Юриспруденция»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
yana-bobrova-1999@mail.ru
Порунова Ольга Геннадьевна,
научный руководитель, ст. преподаватель кафедры права,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olga.porunova@rambler.ru

ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОХОЖДЕНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ СЛУЖБЫ

Аннотация. В статье отражены основные моменты альтернативной службы, проведено исследование, проведен социологический опрос по закону об альтернативной службе и подведены итоги.

Ключевые слова: альтернативная служба, сроки прохождения службы, армия, призыв.

В российской Федерации военнообязанными считаются все мужчины возрастом от 18 до 27 лет. Однако в некоторых случаях службу в армии можно заменить альтернативной государственной службой (АГС). Какие именно случаи позволяют избежать воинского призыва и что представляет собой альтернативная служба, предлагается более детально рассмотреть в этой статье. Альтернативная гражданская служба в армии Российской Федерации – это особый вид гражданской трудовой деятельности, которым годным для призыва мужчинам, при наличии определенных законодательством обстоятельств, заменяют службу в армии. Такая трудовая деятельность полностью приравнивается к воинской службе, оплачивается согласно с действующей на предприятии или в организации системы оплаты, а также засчитывается в трудовой стаж. Альтернативная служба – это та же самая работа, на которую призывник может быть отправлен не только по месту жительства, но и в другой регион. Уволиться с неё по собственной инициативе без определенных на то причин он не имеет права.

На альтернативную гражданскую службу могут быть приняты те люди, которые из-за религиозных взглядов или личных убеждений не могут проходить воинскую службу. К примеру, буддистам в силу их вероисповедания не позволено иметь дело с оружием, а пацифисты категорически выступают против любого вида насилия и войны. В отдельных случаях на альтернативную службу могут приниматься малочисленные коренные народы, которые ведут хозяйственную деятельность.

В соответствии с законом «Об альтернативной гражданской службе», о котором упоминалось немного ранее, призывника имеют право отправить служить в любое место в пределах границ Российской Федерации, независимо от места жительства. Однако в таком случае государству придётся предоставить призывнику служебное жильё, а также оплачивать коммунальные услуги. Так как в последнее время предоставление жилья призывникам доставляет государству трудности, то в большинстве случаев альтернативную службу они несут по месту жительства.

Во время прохождения службы необходимо заключить долгосрочный трудовой договор с работодателем. На высокую зарплату рассчитывать вовсе не стоит, так как для подобного рода деятельности чаще всего выделяются низкооплачиваемые рабочие места.

Что касается заработка на стороне, то про него можно забыть, так как подрабатывать на второй работе строго запрещено, что чётко прописано в законодательстве.

Чтобы проходить альтернативную службу, необходимо получить соответствующее направление призывной комиссии.

Обычно рассмотрение документов призывной комиссией проходит на протяжении одного месяца, после чего призывник отправляется на врачебную комиссию, после которой уже принимается окончательное решение.

Причинами отказа от предоставления АГС могут послужить:

- предоставление членам комиссии ложной информации;
- наличие случаев уклонения от призыва;
- пропуск заседания призывной комиссии дважды (без уважительных причин);
- нехватка аргументов о необходимости замены воинской службы на гражданскую;
- подача заявления позже установленного срока.

Стоит отметить, что в случае отказа призывнику в АГС комиссия должна дать чёткий и аргументированный ответ в письменном виде, в котором изложит причины своего решения. Если призывник считает такой ответ необъективным, то может обжаловать его в вышестоящих инстанциях.

Срок прохождения альтернативной гражданской службы существенно больше, чем воинской. Если в воинских подразделениях присутствуют неаттестованные (гражданские) должности, и вы попали именно туда, то срок такой службы будет составлять 18 месяцев, что в полтора раза больше обычной воинской службы. В случае направления призывника для работы на гражданские предприятия, которые не подчиняются Министерству обороны, срок службы увеличивается до 21 месяца.

При прохождении АГС молодых людей также ожидает ряд приятных моментов в виде различных льгот и преимуществ. Лицам, которые пребывают на АГС, можно рассчитывать на оплачиваемый отпуск, бесплатный проезд на общественном транспорте к месту работы. Кроме этого, как указывалось ранее, в случае прохождения АГС не по месту жительства призывнику обязаны выделить бесплатное жильё на весь срок службы.

Если призывник решит уклониться от прохождения альтернативной службы, допускается привлечение его к уголовной ответственности и наказанию.

По рассматриваемой теме было проведено исследование, которое касалось вопроса прохождения альтернативной гражданской службы. Целью исследования было изучение отношения к альтернативной гражданской службе лиц различных возрастных групп.

Диаграмма о количестве опрошенных 100 лиц в различных возрастных категориях:

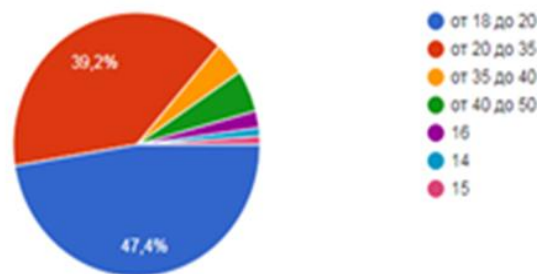


Рисунок 1. Распределение опрошенных по возрастным категориям

На вопрос о том, должен ли гражданин РФ проходить службу по призыву либо проходить альтернативную гражданскую службу, мнения респондентов распределились следующим образом:

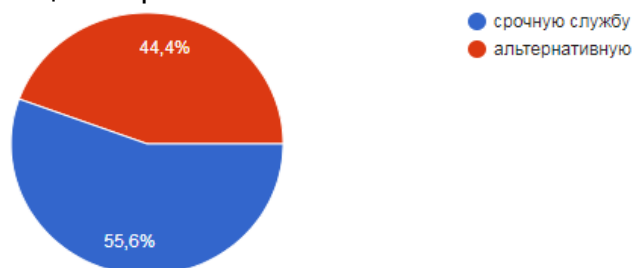


Рисунок 2. Мнение респондентов о прохождении альтернативной гражданской службы



Рисунок 3. Мнения опрошенных о том, какая формы службы более предпочтительна для РФ



Рисунок 4. Мнения респондентов о месте прохождения альтернативной гражданской службы

Таким образом, альтернативная служба имеет низкую популярность в нашей стране. С чем связаны столь низкие показатели? Одна из главных причин заключается в том, что юноши вспоминают о данной возможности в последний момент, когда уже пропущены сроки подачи заявления, и у ребят просто не остается выбора, ведь по закону они либо должны быть направлены на службу, либо признаны уклонистами и привлечены к уголовной ответственности. Здесь, возможно, стоит информировать будущих призывников о возможных вариантах прохождения службы.

Институт альтернативной гражданской службы необходимо расширять, но при этом урегулировать таким образом, чтобы возможности государства совпадали с желаниями призывников. Это возможно, если будет учтено следующее:

1. Расширение альтернативной службы даёт возможность большему числу молодых людей реализации их военной обязанности.

2. Такой вид службы даёт возможность заполнить вакантные места в социальной сфере, что соответствует социальной политике государства. Кроме того, АГС способна мобилизовать молодежь для решения национальных проблем, не решенных из-за недостаточного финансирования, таким образом, АГС выполняет экономическую функцию государства.

3. Введение альтернативной гражданской службы является показателем того, что страна выходит на более цивилизованный уровень, становится ближе к мировым стандартам в области военной службы, т.к. человеку предоставляется право выбора.

Литература/источники:

- 1.ФЗ «Об альтернативной гражданской службеот 25.07.2002 N 113-ФЗ»

Гриценко Дарья Сергеевна,
студентка 2 курса направление «Юриспруденция»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
daryagritsen@mail.ru

Тарасова Юлия Анатольевна,
научный руководитель, к. и. н., доцент кафедры права,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sangria80@yandex.ru

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ШИКАНЫ В РАЗЛИЧНЫХ ПРАВОВЫХ СИСТЕМАХ

Аннотация. *Вопрос о понятии злоупотребления правом в последнее время порождает множество споров в научной литературе и на практике, что не является случайным. Увеличивается количество судебных решений, признающих факты злоупотребления правом. В статье содержится анализ правовых норм, научных взглядов на проблему восприятия сущности института злоупотребления правом в различных правовых системах.*

Ключевые слова: *злоупотребление правом, шикана, Гражданский кодекс, правовая система, добрая совесть, защита права.*

Ряд исследователей отмечают, что само выражение «злоупотребление правом» является оксюмороном, поскольку правовая норма призвана обеспечить правовое поведение, тогда как ее использование ведет к обратному. Тем не менее, в большинстве правовых систем мира признается и определяется этот феномен [2].

В некоторых системах злоупотребление правом получает широкое освещение. Например, статья 2 в Гражданском кодексе Швейцарии гласит: «Каждый обязан осуществлять свои права и исполнять обязательства в соответствии с нормами доброй воли. Злоупотребление правом не охраняется законом». Когда в 1926 году Турция приняла основные положения Гражданского кодекса Швейцарии, они также включали статью 2, хотя в варианте на турецком языке подчеркивается, что злоупотребление правами имеет место только в том случае, «если причиняется вред другому лицу». Подчеркнем, что до революции российская правовая система также содержала подобное восприятие данного феномена [3].

А во Франции статьи 1382 и 1383 Гражданского кодекса устанавливают ответственность за любой вред, с тем, чтобы ограничить злоупотребление правом или полномочиями в имущественном праве, договорных обязательствах или в процедурных вопросах.

Некоторые национальные правовые системы, придавая принципу злоупотребления правами обширное значение, увязывали его с социальными или экономическими интересами [5]. Например, советский Кодекс Башкирской АССР 1923 год был предвзят следующим пунктом первостепенной важности: «Гражданские права защищены законом, за исключением тех случаев, когда они осуществляются в каком-либо смысле, противоречащем их экономическому или социальному назначению».

Аналогичным образом, статья 7 Гражданского кодекса Чехословакии 1964 год гласила, что никто не может злоупотреблять своими правами против интересов общества.

В других национальных правовых системах определяется принцип злоупотребления правами в узком смысле. Например, статья 226 (знаменитый *Schikaneverbot*) немецкого Гражданского Кодекса гласит: «Осуществление права является незаконным, если его целью может быть только причинение вреда или ущерб другому».

Элемент намерения также является частью принципа, как это показано в Статье 833 Гражданского кодекса Италии, запрещающей осуществление имущественных

прав с целью причинения вреда другим и в статье 1295 (2) Гражданского кодекса Австрии, которая оформлена в аналогичных терминах.

Отдельные национальные правовые системы объединяют некоторые из этих различных элементов. Например, статья 7 Гражданского кодекса Испании предусматривает, что злоупотребление правом может быть результатом преднамеренного намерения, преследуемой цели или обстоятельств причинения ущерба.

В определениях шиканы в романно-германском и англо-саксонском праве есть отличия, на которых необходимо остановиться. Некоторые исследователи считают, что феномен злоупотребления правом лежит в основе всего гражданского права англоязычных стран.

Джозеф Перилло утверждает, что злоупотребление правом существует в законодательстве Соединенных Штатов, где оно «Известно под такими терминами, как помеха, давление, недобросовестность, экономические препоны, злоупотребление авторскими и патентными правами, отсутствие экономического смысла в налоговом праве, вымогательство и другие» [7].

В российском гражданском праве в современной редакции шикана определяется в статье 10 «Пределы осуществления прав» [1]. Она утверждает презумпцию добросовестности участников гражданских отношений и запрещает осуществление гражданских прав «...исключительно с намерением причинить вред другому лицу, действия в обход закона с противоправной целью, а также иное заведомо недобросовестное осуществление гражданских прав (злоупотребление правом).

Не допускается использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции, а также злоупотребление доминирующим положением на рынке [6].

Вышеизложенное можно схематично отразить в таблице 1.

Таблица 1. Признаки шиканы

Правовая система	Определение термина	Признаки
Римское право	Определение от противного – иски bona fides (доброй совести), средства преторской защиты – «Restitutio in integrum».	Признание сделок, заключенных во вред несовершеннолетнему или в результате обмана или заблуждения недействительными.
Правовые семьи кодифицированного права	Schikaneverbot, Шикана, Злоупотребление правом	Акцент на основной мотив поведения – стремление причинить вред другому, обществу или государству
Правовые системы обычного права	nuisance, duress, good faith, economic waste, public policy, misuse of copyright and patent rights, lack of business purpose in tax law, extortion (помеха, давление, недобросовестность, экономические препоны, злоупотребление авторскими и патентными правами, отсутствие экономического смысла в налоговом праве, вымогательство)	Акцент на феноменологическое проявление – употребление нормы права в смысле, прямо противоположном цели ее создания

Таким образом, в нашей правовой системе определяющим признаком злоупотребления правом является не только вред, причиняемый другому лицу или намерение причинения такого вреда, но и другие черты [4]. Для того чтобы деяние было правильно охарактеризовано как злоупотребление правом, одновременно должны совпадать три условия:

- Прежде всего, правонарушитель действует в правовом поле, на первый взгляд его действия законны, обеспечены определенными нормами законодательства, однако;
- Законные действия нарушителя противоречат первоначальному смыслу правовой нормы и цели ее создания;
- Наконец, результатом осуществления права, предусмотренного преступником, является причинение вреда другим лицам, государству или обществу.

В целом решение о наличии в действиях правонарушителя признаков шиканы является ответственностью судьи. Поэтому для верного определения смысла деяния требуется сформированная и развитая правовая культура, чувство справедливости, являющееся основой правосознания.

Литература/источники:

1. Гражданский кодекс РФ. Часть I. СПС «Консультант Плюс». [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/;
2. Бондарева Е. О. История становления категории злоупотребление процессуальными правами в отечественном законодательстве // Юридические науки: проблемы и перспективы: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2016 г.). – Казань: Бук, 2016. – С. 7-9. – URL <https://moluch.ru/conf/law/archive/223/11128/> (дата обращения: 28.03.2020).
3. Гридина А.М., Кононова Н.В. Правовые причины возникновения злоупотребления правом в процессе осуществления субъективных прав // В сборнике: Правовая система России: история, современность, тенденции развития Сборник материалов VI заочной Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 29-34.
4. Исабекова У.И. Проблема злоупотребления правом в гражданском праве // В сборнике: Проблемы совершенствования законодательства Сборник научных статей студентов юридического факультета СКИ(ф) ВГУЮ (РПА Минюста России). Махачкала, 2019. С. 153-158.
5. Мамышев Т.Ш. Злоупотребление правом в гражданском праве России. Аллея науки. 2019. Т. 1. № 3 (30). С. 517-520.
6. Федорова О.С. Злоупотребление правом как одна из проблем частного права Российской Федерации // В сборнике: Актуальные проблемы частного и публичного права (к юбилею кандидата юридических наук, профессора, заслуженного юриста Российской Федерации М.Г. Марковой) Материалы межвузовской научно-практической конференции. Составитель В.А. Максимов. 2019. С. 271-276.
7. Joseph Perillo, Abuse of Rights: A Pervasive Legal Concept, 27 Pac. L. J. 37 (1995) Available at: https://ir.lawnet.fordham.edu/faculty_scholarship/784

Сапов Егор Андреевич,

студент 3 курса направление «Юриспруденция»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
aisapov@rambler.ru

Порунова Ольга Геннадьевна,

научный руководитель, ст. преподаватель кафедры права,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olga.porunova@rambler.ru

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЮРИСПРУДЕНЦИИ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация. В данной статье будут разобраны актуальные проблемы, способные в эпоху цифровых технологий нанести юриспруденции непоправимый вред, а именно: слабая защищённость и легкодоступность информации, неправомерное использование системы и создание вредносных программ. Также будут разобраны вероятные пути решения данных проблем, благодаря чему, цифровые технологии будут приносить намного меньше вреда для юриспруденции.

Ключевые слова: юриспруденция, цифровизация, проблемы юриспруденции, цифровые технологии, информация, программное обеспечение.

Сейчас, а именно, в век цифровых технологий, абсолютно любой желающий может найти нужную для себя информацию во всемирной паутине. Даже в государственных структурах проводится полноценная цифровизация в социальных, политических и экономических сферах. Также прогресс наблюдается и в сфере юриспруденции. Примером может послужить появление новых видов программного обеспечения, таких как, «Гарант» и «КонсультантПлюс», а также программное обеспечение для автоматизации документооборота, выставления счёта клиента, автоматического формирования и заполнения договоров и заявок, и решения стандартных задач в юридической сфере. Таким образом, учитывая то, какими темпами идёт прогресс, с уверенностью можно сказать, что в ближайшее время, под влиянием новых технологий, рынок юридических услуг и сама суть юриспруденции, может очень сильно измениться. Однако несмотря на это, помимо старых проблем в сфере юриспруденции, в связи с введением технологий такого вида прибавляются и новые проблемы, которые могут нанести непоправимый ущерб по юриспруденции.

В данной статье мы более подробно изучим основные проблемы юриспруденции в эпоху цифровизации, а также возможные пути их решения.

В качестве метода исследования будет использован анализ, так как именно он поможет нам подробно изучить и разобрать основные проблемы юриспруденции, а также варианты решения этих проблем.

Актуальность данной статьи заключается в том, что её можно применять для всестороннего изучения с целью последующего развития юриспруденции как науки в эпоху цифровых технологий.

Как утверждают эксперты, в будущем законы будут представлять из себя совокупность определенных действий, благодаря которым многие государственные функции (в т.ч. и законотворческие) будут осуществляться самостоятельно. Также стоит отметить то, что внедрение соответствующих технологий во всемирной паутине – это крайне сложная и последовательная процедура, так как сеть интернет постоянно развивается в технологическом плане, и становится очень трудно регулировать деятельность в сети, в частности в законодательной сфере. На данном этапе выделяются следующие проблемы в сфере юриспруденции:

1) Слабая защищённость и легкодоступность баз данных и хранящейся на ней необходимой информации, а также её изменение.

2) Использование системы, сети, и имеющихся данных, а также засекреченной информации в неправомερных целях, т.е. не по прямому назначению.

3) Создание и распространение программного обеспечения, способного нанести непоправимый вред компьютеру и данным, хранящимся на нём.

Несмотря на такие значимые проблемы, нужно отметить то, что сами цифровые технологии не представляют для юристов абсолютно никакой угрозы. Однако, под угрозой находится сама юридическая профессия, и что примечательно, основной причиной для угрозы может стать сам человек, а не система, созданная ним. Тем не менее, на данный момент всё чаще и чаще внимание акцентируется на необходимости конкретизации знаний, которые даются обучающимся по специальностям, так или иначе связанным со сферой юриспруденции. Также возрастает острая необходимость в новых способах подготовки профессиональных юристов, которые в будущем смогут профессионально разбираться в законах, более грамотно доносить, и аргументировать свою правовую позицию, и также грамотно и тактично отстаивать её. В связи с этим, предлагаются следующие варианты решения вышеупомянутых проблем, для дальнейшего планомерного создания базы для подготовки специалистов:

1) Создание системы безопасности, позволяющая на достойном уровне обеспечить защиту от вероятной кражи необходимой информации.

2) Правовое регулирование использования системы, и некоторых данных, которое поможет выяснить цель использования конкретного программного обеспечения для прекращения незаконной деятельности.

3) Создание специального программного обеспечения, целью которого будет защита системы и сети от влияния вредоносных программ, представляющих серьёзную угрозу для ЭВМ, а также файлов и баз данных, хранящихся на ней.

Подводя итог, необходимо отметить, что, несмотря на колоссальные возможности, которые нам дают цифровые технологии, как было и упомянуто ранее, есть вероятность того, что новые технологии принесут не меньше вреда для юриспруденции, чем пользы. Также необходимо обратить внимание на актуализацию юриспруденции и необходимость в основательной и полноценной подготовке профессиональных кадров, а также применение новых подходов к обучению, благодаря чему будущим специалистам будет намного легче находить правильный подход к правовой сфере, а также её развитию и изучению.

Литература/источники:

1. Еляков А.Д. Российское общество в информационном измерении // Социс. 2017. № 7. С. 85—95;

2. Чесноков А.А. Ресурсы Интернет и российские политические технологии: состояние и перспективы развития // Вестник МГУ. 2018. Серия 18. № 4. С. 65-66.

3. Андреева Л.А., Виснап Н.Е., Трухина И.Н. Общество и информационные технологии: проблемы взаимодействия // Вопросы современной юриспруденции: сб. ст. по матер. XIX междунар. науч.-практ. конф. Часть I. – Новосибирск: СибАК, 2012.

**Гриценко Дарья Сергеевна,
Тамоян Торник Зорабович**

студенты 2 курса направление «Юриспруденция»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань

daryagritsen@mail.ru;

tolik.tamoyan2000@mail.ru

Суркова Ольга Егоровна,

научный руководитель, доцент, к. ю. н., доцент кафедры права,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань

olga.surkova@icloud.com

АНТАРКТИКА: ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация. *В настоящее время, так же, как и в XX веке, возникают международные конфликты, основанные на разногласии между государствами по поводу международно – правового статуса какой-либо территории. Одним из таких регионов являлась и является Антарктика. В данной статье рассматривается правовое регулирование и перспективы развития данного региона.*

Ключевые слова: *Антарктика, Антарктида, международное право, правовой режим, ООН, перспективы.*

Антарктика – полярный регион, примыкающий к южному полюсу и включающий в себя: Антарктиду, острова, которые лежат в субантарктических водах, участки Атлантического, Индийского и Тихого океанов, а также такие моря как Росса, Уэддела, Амундсена и другие. Антарктика является самым большим нетронутым природным заповедником в мире, ее площадь занимает почти 14 млн. кв. км.

Началом полноценного исследования данного региона принято считать вторую половину XVIII в. Как раз в тот период начиналось колониальное соперничество между

Великобританией и Францией, которые являлись на тот момент ведущими морскими державами. Это противостояние послужило поводом для оформления территориальных претензий в данном регионе [3].

Также в XIV веке совершались русские и иные экспедиции некоторых стран. После чего в Антарктику перестали совершаться экспедиции, это затишье длилось пятьдесят лет. Однако в конце XIV века интерес к этому региону возрос, что было связано с истреблением китов в Арктике [7].

В этот период в Антарктике побывала шотландская экспедиция в 1893 году, норвежская экспедиция с 1893 по 1894 г., бельгийская экспедиция с 1897 по 1899 г., а также экспедиция англичан с 1898 по 1899 г., которые организовали зимовку на мысе Адер [10].

Это далеко не все экспедиции и не все государства, участвующие в исследовании Антарктики. Из всего вышеизложенного, следует понимать, что в последующем эти самые государства будут претендовать на территорию этого региона.

Первым государством, подавшим иск о территориальной принадлежности Антарктики, являлась Великобритания (данный иск был заявлен в 1908 г.) [4]. В 1924 году Франция указом передала в ведение генерал-губернатора Мадагаскара определенные территории. Позже Норвегия, Аргентина и Чили также включали территорию Антарктики в свои владения [5].

Также требования выставляли Япония и Германия. Однако Германия после поражения в войне не предъявляла никаких претензий, но формально не отвергала их. Япония же в 1951 году отказалась от всех территориальных притязаний на Антарктику, по условиям Сан-Францисского мирного договора [2].

Отличавшуюся от всех иных государств позицию занимали Россия (тогда СССР) и США. Оба этих государства сохраняли основу для притязаний на территориальный суверенитет в Антарктике и не признавали притязаний других стран, а также притязаний друг друга.

Таким образом, мы видим, что в XX веке началась активная исследовательская деятельность ведущих стран мира, что впоследствии привело к формированию территориальных претензий.

На основе этих самых претензий во второй половине XX века возникает необходимость создания международного нормативно-правового акта, который бы регулировал отношения государств, претендующих на территорию.

И такой документ был выработан в ходе Вашингтонской конференции по Антарктике, состоявшейся в 1959 году. В этой конференции приняли участие 12 стран: Аргентина, Австралия, СССР, США, Великобритания, Бельгия, Франция, Новая Зеландия, Норвегия, Южно-Африканский Союз, Чили и Япония. Выработанным документом являлся Договор об Антарктике, который вступал в силу в 1961 году.

В последующие годы были приняты такие международные правовые акты как: Конвенция о сохранении антарктических тюленей 1972 года, Конвенция о сохранении морских живых ресурсов 1980 года, Протокол 1991 года об охране окружающей среды к Договору об Антарктике". Однако нас будет интересовать Договор об Антарктике, так как в нем закреплена правовая статус этой территории [8].

При изучении статей Договора об Антарктике можно сформулировать два принципа, которыми должны руководствоваться государства при осуществлении деятельности в регионе.

Первым является принцип мирного использования Антарктики, данный принцип сформулирован на основе 1 статьи договора. Исходя из этой статьи, запрещаются любые военные мероприятия (создание военных баз и укреплений, испытание любого вида оружия и т.д.). Положение данной статьи позволяет назвать Антарктику демилитаризованным регионом.

Вторым является принцип свободы научных исследований и международного сотрудничества в этом регионе. Данный принцип формируется на основании 2 и 3 статьи договора. Из этих двух статей следует, что государства имеют право заниматься в Антарктике научной деятельностью на равных началах.

Также из договора следует, что суверенитет ни одного государства не распространяется на Антарктику, однако договором не отрицаются уже существующие претензии, а лишь запрещаются предъявления новых [6].

Положения данных статей несомненно важны и для того, чтобы страны соблюдали установленный правовой режим был создан специальный механизм – консультативные совещания договаривающихся сторон (ст. VII, IX). Целью консультативных совещаний является осуществление юрисдикции, разработка и предоставление своим правительствам рекомендаций об использовании Антарктики только в мирных целях, содействии научным исследованиям, научному сотрудничеству и т.д.

Анализ исторического аспекта исследования Антарктического континента, четко показывает прочную связь истории освоения региона с современными территориально – политическими разногласиями. Договор об Антарктике, заключенный в середине XX в. предоставил возможность на формирование и закрепление ее особого правового статуса. Будущее формирование и модернизация режима управления данной территорией должны осуществляться с учетом всех норм, установленных в рамках указанного соглашения. К отказу антарктических держав от попыток претендовать на те или иные участки Антарктиды – режим антарктического соуправления так и не привел.

Препятствием на пути интернационализации региона считаются секторальные претензии, выдвинутые в разные периоды семью странами и противоречащие интересам большинства государств мира. В действительный момент отсутствие территориальных владений определенной страны в Антарктике порождает реализацию комплексных научных исследований. К упразднению демилитаризации региона может привести прогрессирующая геополитическая напряженность. Значительную инициативу к этому проявляют Австралия и Новая Зеландия. Отечественный исследователь В. Штоль отметил, что взаимоотношения этих стран и единые стратегические интересы имеют шанс поставить под удар шестого континента на Земле [1]. Доступ к полезным ископаемым – это один из немаловажных вопросов, в случае изменения системы Договора об Антарктике. Существуют мнения и высказывания, что в таких морях, как: Росса и Уэдделла, сохраняются примерно до 50 миллиардов баррелей нефти [11]. В связи с тем, что антарктические государства конкурируют на разные размеры и значимость участков в регионе, все еще нелегко предположить, какая страна имеет множество перспектив в осуществлении своих претензий на случай прекращения действия Договора об Антарктике.

Необходимо выделить позиции России и США, так как настоящие государства, несмотря на то, что и не претендуют на антарктические территории, выражают существенное воздействие на сформировавшийся международно-правовой режим. Политика Москвы базируется на утверждении о потребности продолжать работу по сохранению и расширению присутствия Российской Федерации на континенте, главным образом – на почве результативного применения элементов и процедур, предусмотренных концепцией Договора об Антарктике [9].

Россия не прекращает становление международного сотрудничества (также с партнерами из Антарктической программы США), даже после обострившейся интернациональной обстановки в 2014-2015 годах. Вашингтон не допускает территориальные условия остальных государств, при этом сохраняя за собой права участвовать в проектах, нацеленных на проведения исследования и использования Антарктики в будущем [12].

Антарктический регион, на данный момент, представляет собой исключительную модификацию международного соуправления, т.е. где все государства обладают равными правами на изучение континента и, конечно же, несут одинаковую ответственность

за его судьбу. Но с различными напряженными политическими отношениями между странами, есть шанс о поднятии вопроса, о территориальном разделе Антарктики.

Задача данного исследования заключается в выявлении развития дальнейших международно-правовых взаимоотношений государств мира и Антарктики.

Под ведущими государствами рассматриваются такие страны, как – Россия, Великобритания, США.

С самого начала международных споров в Антарктике Россия выступала против территориального разделения материка, и последовательно отстаивает свою позицию вместе с США, Нидерландами, Японией и Индией. Правда, США и СССР в договоре оставили за собой право в дальнейшем выдвинуть претензии на ее части, если договор прекратит свое действие или будет пересмотрен. Русское присутствие началось здесь еще до времен СССР. Советскими полярниками сделано «Последнее Великое географическое открытие» в истории Земли – озеро под станцией «Восток». Сохранение права на выдвижение претензий – основа защиты интересов России в будущем [5].

Интересы сторон:

- 1) Закрепление территориальных границ;
- 2) Научная и исследовательская деятельность;
- 3) Укрепление международно-правового режима Антарктики.

Сценарии развития ситуации: агрессивная международно-правовая политика России по вопросам Антарктики.

Согласно неотъемлемой части Системы Договора об Антарктике, Мадридскому протоколу 1991 года, разработка полезных ископаемых на материке запрещена, однако мораторий на добычу временный и действует 50 лет с момента вступления Протокола в силу, то есть до 2048 года [7]. Ожидается возобновление международных споров о праве на разработку. Подготовке к этим спорам посвящена российская Антарктическая стратегия до 2020 года, одна из главных целей которой – «обеспечение национальных интересов России в Антарктическом регионе». Располагающая оборудованными станциями и техникой Россия уже ведет геолого-геофизические исследования полезных ископаемых материка. Такую же работу ведут и американские специалисты.

В настоящее время семь государств – Австралия, Франция, Новая Зеландия, Норвегия, Аргентина, Чили и Соединенное Королевство конкурируют за различные части Антарктики, причем последние три страны оспаривают друг у друга ряд территорий ледового континента. Пункт 1959 года Договора о недопустимости какой-либо деятельности, направленной на укрепление позиций одной страны и ослабление позиций других или способной породить новые претензии, позволил урегулировать эти претензии, однако они продолжают существовать и могут быть возобновлены в будущем после истечения срока действия мадридского протокола 1992 года [1].

Несмотря на ярко выраженные антарктические амбиции, ряд государств называют главными нарушителями «ничейного» статуса материка Россию и Китай. В 2011 году специалисты института Лоуи в Австралии выпустили доклад, обвинявший обе страны в неприкрытой экономической экспансии в регионе.

Условия, при которых возможен сценарий:

- несоблюдение Договора об Антарктике, мадридского протокола и всех специальных соглашений;
- игнорирование международно-правовой ответственности государств за нарушения режима Антарктики;
- полное отсутствие системы контроля над всей деятельностью, осуществляемой в Антарктике;
- агрессивная политика государств
- энергетическая и экономическая сферы будут направлены на Россию.

Последствия:

- Насильственное укрепление территориальных границ Антарктики;

- Агрессивная политика государств;
- Международно-правовые конфликты между странами-участниками;
- Военные конфликты.

Основные направления для России в Антарктике определены «Стратегией развития деятельности России в Антарктике на период до 2020 года и на более долгосрочную перспективу», утвержденной 30 октября 2010 года. Этим же документом утверждён перечень мероприятий по реализации стратегии. Среди её приоритетных задач – содействие сохранению и прогрессивному развитию системы договора об Антарктике, что означает противодействие любым изменениям его положений в нежелательную для нас сторону [6].

Договор об Антарктике – инструмент, который позволяет налаживать даже полностью испорченные отношения между странами. На сегодняшний день некоторые положения договора заинтересованные страны пытаются обойти и вновь предъявить права на антарктический шельф.

Россия обладает уникальным расположением научных станций по периметру материка, включая и малоизученное тихоокеанское побережье, и по мере финансовых возможностей осуществляет исследовательскую работу. Это усиливает наши позиции в Антарктике.

Оба являются основными компонентами в реализации такого статуса, как объекта общего наследия человечества. Отдать ее Антарктике – важнейшая задача международного сотрудничества в решении проблем этой территории.

Условия, при которых сценарий возможен:

- Дипломатического ведение данного вопроса, с обязательным исполнением международного права всеми заинтересованными сторонами;
- Укрепление внешнеполитических отношений с Антарктикой;
- Развитие сотрудничества с Россией.

Последствия:

- Крепкие и стабильные международные отношения со всеми странами участниками;
- развитие научной и исследовательской деятельности;
- экономическое развитие материка;
- природоохранная деятельность.

Таким образом, можно сделать вывод на основании всего вышеизложенного, что территория Антарктики не представляется возможным квалифицировать как обычную территорию с международным режимом. Именно поэтому в 1959 году был заключен Договор об Антарктике, который в полном объеме описывает международно-правовой статус этого региона. Антарктика на сегодняшний день является полностью демилитаризованным регионом, относящийся к международной юрисдикции и открытый только для научных исследований.

Литература/источники:

1. Антарктида: будущая борьба за территориальные владения. Доступ: <http://ria.ru/radio/20141202/1036124429.html> (дата обращения: 15.04.2020).
2. Дроздов П.И. Правовой статус особо охраняемых районов Антарктики / П.И. Дроздов // Юридические науки. 2018. № 3.
3. Корзун В. А. Оценка возможностей использования ресурсов Антарктики// Актуальные проблемы современных международных отношений 2017. № 3.
4. Короткевич Е.С. Некоторые черты сходства и различия природы Арктики и Антарктики//Общество: политика, экономика, право.2017. №8.
5. Лазарев М.И. Антарктика: национальный раздел или интернациональный подход М., 1989.
6. Международно-правовой статус Антарктики // ТАСС: информационное агентство России. [Электронный ресурс]. – URL: <http://itar-tass.com/info/895684>.

7. Скрипник И. И. Международный механизм соблюдения государствами обязательств по управлению охраняемыми природными территориями// Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Юридические науки. 2018. №7.
8. Сотрудничество государств в Арктике и Антарктике, проблемы, направления и перспективы. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=662037#2>
9. Указ Президента РФ от 7 мая 2012 г. № 605 «О мерах по реализации внешне политического курса Российской Федерации» // Официальный сайт Президента РФ. Доступ: <http://kremlin.ru/events/president/news/15256> (дата обращения: 17.04.2020).
10. Чилингаров А. Н. Роль советских ученых в изучении Арктики и Антарктики// Мировая экономика и международные отношения. 2018. №5.
11. Field M. Antarctic oil sets up cold war // Stuff.co.nz. 18 September 2011. Available at: <http://www.stuff.co.nz/the-press/news/5644633/Antarctic-oil-sets-up-cold-war>.
12. U.S. policy for Antarctica // National Science Foundation. Available at: <https://www.nsf.gov/geo/plr/antarct/uspolicy.jsp>

**Сергеева Виктория Викторовна,
Хачатрян Вреж Мкртичевич,**

*студенты 3 курса направление «Юриспруденция»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sergeeva.syz@mail.ru*

Пономаренков Виталий Анатольевич,
научный руководитель, доцент, к.ю.н., доцент кафедры права,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
2770402@mail.ru

СУЩНОСТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА «НЕЙТРАЛЬНОЙ» ЮРИДИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Аннотация. В статье впервые в юридической науке рассматривается трех элементная система основных видов юридической наука (позитивная, негативная, негативная). На основе исследования общесоциальной детерминационной природы «ответственности» проводится анализ и раскрывается внутренняя сущность «нейтральной» юридической ответственности, которая представляет собой обязанность, добровольного исполнения определенных действия (бездействия) лиц, в форме реализации общесоциальных и правовых функций, не предполагающая для их реализации не позитивные, не негативные последствия.

Ключевые слова: юридическая ответственность, поведение, правовая оценка, общество, государство, правовое поведение.

Определяя сущность «юридической ответственности» необходимо исходить из анализа общесоциальной детерминационной природы данного явления, которая демонстрирует различные стороны своего проявления, раскрывает ее как достаточно емкую и многогранную категорию, реализуемую в форме позитивной и негативной юридическую ответственность.

Исходя из социальной детерминационной природы, «юридическая ответственность» напрямую связана с поведением человека, которое может носить, по отношению к государству и обществу, как позитивный (социально-полезный), так и негативный (социально-вредный), однако имеется еще один вид ответственности носящий «нейтральный» характер, однако требующий адекватного реагирования и своей правовой оценки [1].

Следует отметить, что позитивные и негативные последствия поведения (действий или бездействий) субъектов правоотношений не исчерпывают весь арсенал правового реагирования, поскольку «юридическая ответственность» представляет собой субъективную обязанность субъекта «отвечать» за поступки и действия.

В том случае, если последствия правового поведения субъекта, не влекут каких-либо позитивных или негативных последствий (поощрений или наказаний), а выступают, лишь обязанностью совершить определенные «нейтральный» действия, либо необходимостью воздержаться от них. Это, по сути, представляет собой *«нейтральную ответственность»*, которая возникает из обязанности выполнять полезные для общества функции, и реализуется в регулятивных правоотношениях, в которых обязанная сторона находится в положении подотчетности и подконтрольности.

Основной целью «нейтральной (управленческой)» юридической ответственности является обеспечение нормального функционирования механизма правового регулирования путем создания условий реализации субъектами правоотношений субъективных прав и юридических обязанностей.

Данный вид юридической ответственности складывается в результате формулирования обязанностей, запретов, дозволений, предписаний, в результате чего формируются составы правомерного поведения. Однако, правовые обязанности, запреты, дозволения в данном случае выступают способами осуществления «нейтральной ответственности».

Признание «нейтральной (управленческой) ответственности» находит свое отражение в постановлениях Конституционного Суда РФ. Так, в Постановлении Конституционного Суда РФ от 11 декабря 1998 г. «По делу о толковании положений части 4 статьи 111 Конституции Российской Федерации» [2] специально указывается: «Президент Российской Федерации, согласно Конституции Российской Федерации, является главой государства (статья 80, часть 1). В силу своего места в системе разделения властей Президент Российской Федерации в качестве главы государства определяет в соответствии с Конституцией РФ и федеральными законами основные направления внутренней и внешней политики государства (ст. 80, ч. 3), реализация которой возложена на Правительство РФ (ст. 114, ч. 1). Именно этим обусловлены полномочия Президента России по формированию Правительства Российской Федерации, определению направлений его деятельности и контролю за ней (ст. 83, пп. «а», «б», «в», «д»; 111; 112; 115, ч. 3; 117 Конституции России), а также конституционная ответственность Президента России за деятельность Правительства РФ.

Отсюда вытекает и роль Президента Российской Федерации в определении персонального состава Правительства Российской Федерации, в том числе в выборе кандидатуры и назначении на должность Председателя Правительства РФ». Как следует из Постановления, речь в нем идет не о негативной, и не о позитивной ответственности, а о «нейтральной» ответственности, в результате которой Президент России должен выполнить определенные требования, заключающиеся в обязанности отвечать за свои действия и их последствия [3].

Таким образом, «нейтральная» ответственность обладает одной важной отличительной особенностью, которая выделяет ее среди других видов юридической ответственности, а именно она выступает одной из форм реализации общесоциальных и правовых функций, не влекущих за собой ни позитивных, ни негативных последствий. Тем самым, «нейтральная ответственность», представляет форму реализации общих социально-упорядочивающих и правовых функций, не имеющих для субъекта не позитивных, не негативных юридических последствий.

Литература/источники:

1. Малько А. В., Пономаренков В. А. Теория государства и права. Самара. 2008. С. 114.
2. Постановлении Конституционного Суда РФ от 11 декабря 1998 г. «По делу о толковании положений части 4 статьи 111 Конституции Российской Федерации» // // Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (дата обращения: 18.04.2020).
3. Малько А. В., Пономаренков В. А. Правовая жизнь современного общества. Монография. М., 2015. С79.

**Сергеева Виктория Викторовна,
Хачатрян Вреж Мкртичевич,**
студенты 3 курса направление «Юриспруденция»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sergeeva.syz@mail.ru

Пономаренков Виталий Анатольевич,
научный руководитель, доцент, к. ю. н., доцент кафедры права,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
2770402@mail.ru

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПРАВОТВОРЧЕСКОГО ПРОЦЕССА В РОССИИ

Аннотация. *Статья посвящена особенностям отечественного право-творческого процесса, раскрываются полномочия специально уполномоченных субъектов правотворческой деятельности. Анализ российского законодательства показал, что проводимая в течение последних десятилетий правовая реформа далеко не по всем направлениям оказалась успешной и далеко не всегда соответствует требованиям научности, системности, планомерности, стратегического подхода, учета общественного мнения и квалифицированной оценки возможных последствий принимаемых решений. На основе проведенного анализа делаются выводы о современном состоянии, направлениях развития правотворческого процесса в России, сформулированы предложения по его оптимизации и совершенствованию.*

Ключевые слова: *правотворческий процесс, правовая норма, нормативно-правовой акт, правотворческая политика, юридическая техника.*

Правотворческий процесс представляет собой специфическую, требующую особых знаний и умений интеллектуальную деятельность, заключающуюся в создании или изменении существующих правовых норм. Правотворчество – это деятельность специально уполномоченных субъектов, главным образом – органов государства, которые принимают, создают нормы права, обязательные для тех, кому они адресованы.

Правотворческий процесс, включает в себя ряд взаимообусловленных и взаимосвязанных этапов целенаправленной деятельности специально уполномоченных субъектов по созданию (т.е. разработке, принятию, официальному опубликованию и введению в действие) нормативных правовых актов. Именно по результатам правотворческого процесса во многом судят о государстве в целом: его цивилизованности, демократичности, уровне правовой культуры в обществе и др. Однако анализ реального состояния правотворческого процесса и его результатов в РФ позволяет говорить о: а) продолжающемся разрыве между идеальным (теоретически сконструированным) и реальным (фактическим) процессом формирования правовой системы; б) весьма «скромном» использовании научного потенциала при разработке проектов нормативно-правовых актов; в) доминировании политического фактора в правовой политике. Анализ современного российского законодательства показал, что проводимая в течение последних десятилетий правовая реформа далеко не по всем направлениям оказалась успешной и далеко не всегда соответствует требованиям научности, системности, планомерности, стратегического подхода, учета общественного мнения и квалифицированной оценки возможных последствий принимаемых решений. Тот факт, что законодатель регулярно принимают изменения и дополнения к одним и тем же нормативным актам, по одним и тем же проблемам, говорит о неудовлетворительной организации подготовки и экспертной работы над законопроектами, при этом часто просто игнорируются иные способы регулирования общественных отношений.

Современное общество живет по правилам, которые формируются под воздействием объективных социальных потребностей. Постепенно происходит разрастание нормативного массива, в результате чего возникают противоречия, как между разными нормами, так и между нормами и реальным поведением субъектов общественных отношений. Но именно многообразие и сложность социальных норм, регулирующих общественные отношения, указывает на необходимость учета различных форм нормативного регулирования как по содержанию и средствам воздействия на общественное поведение, так и способу их образования.

В современном обществе выделяют следующие формы регулирования общественных отношений: государственное регулирование (с помощью законов и подзаконных актов); негосударственное регулирование (в виде норм общественных организаций, профессиональных и иных объединений); саморегулирование (решения и правила, принимаемые населением на сходах, общих собраниях, референдумах и т.п., а так же локальные акты корпоративного характера); технико-юридическое регулирование (технические регламенты, стандарты, устанавливающие параметры производственно-технологических процессов, так и определенные действия людей); международно-правового регулирования (межгосударственные правовые акты и нормы, создаваемые в процессе общения субъектов международно-правовых отношений); обычно-правовое регулирование (нормы морали, традиции, обычаи, обыкновения, религиозные нормы).

Конечно же, выстроить целостную систему нормативного регулирования довольно сложно, поскольку все указанные регуляторы имеют сложную систему переплетения; имеют разные источники происхождения; создаются разными субъектами; имеют разные методы воздействия на сознание и поведение людей (ценностные, стимулирующие, предписания, запреты, самообязательства и др.). При этом разные способы регулирования часто противоречат друг другу, поскольку в них произвольно определяется соотношение отраслевого и регионального правового обеспечения: то раньше принимается постановление Правительства, то акты министерств или их методические рекомендации, то федеральный закон. Однако, цепь правовых актов должна выстраиваться сообразно механизму целеполагания и комплексу последовательно решаемых задач, то есть должен применяться функциональный и системный подходы к правотворчеству. В некоторых случаях, тормозящим фактором динамики нормативно-правового регулирования выступает избыточность нормативного регулирования, при котором отдельные сферы и уровни деятельности субъектов права, не требуют тех или иных способов правового воздействия. Кроме того, уменьшение или полное их отсутствие дают больший стимулирующий эффект правомерного поведения [1]. Так, упрощение процедур принятия решений; отказ от чрезмерного увлечения императивными предписаниями, ограничивающими права и законные интересы граждан; отказ от чрезмерной детализации в федеральных законах деятельности субъектов РФ вопреки смыслу ст. 72 Конституции РФ и др., в купе с мерами поддержки и стимулирования, усилит регулирующее влияние на социальную среду. Любые нормы права рождаются, действуют, изменяются и умирают в зависимости от развития тех или иных общественных отношений, соответственно со временем пропорционально уменьшается их реальное воздействие на регулирование социальных процессов. Изнутри нормативную систему можно рассматривать как своего рода внешнюю среду по отношению к правовой системе и выделять влияние традиционных, религиозных, общесоциальных норм на правотворческий процесс, общественных и корпоративных ценностей и норм на правоприменительную деятельность. К сожалению, анализ принимаемых нормативных актов показывает (за редким исключением) низкий уровень их качества, причинами этого с одной стороны является недооценка важности юридической техники. Как результат – в процессе правотворчества, а затем и правоприменения возникают юридические проблемы, появляются содержательные и технико-юридические ошибки.

Содержательные ошибки зарождаются вследствие объективных и субъективных трудностей и противоречий на этапах правотворчества и правоприменения как познавательного процесса. Отрицательным образом сказывается недостаточная обоснованность проектов законов и иных актов, слабость системных действий по их реализации. К числу таких ошибок можно отнести: а) неверное установление предмета правового регулирования; б) произвольное определение способов (методов) регулирования; в) неверное закрепление характера и объема полномочий субъектов права; г) несбалансированность норм публичных институтов и правового поведения; д) ошибки в расчетах и обоснованиях; е) сохранение возможных юридических пробелов и «черных дыр»; ж) недооценка вероятных юридических коллизий; з) допущение коррупционных проявлений и иных нарушений законности; и) поспешные или запоздалые изменения текста актов; к) нарушения баланса законов и подзаконных актов; л) ложные юридические образы субъектов права.

Технико-юридические ошибки, прежде всего, связаны с неверными способами составления текстов правовых актов. В результате нарушается требование использования системы технико-юридических приемов и затрудняется понимание, толкование и применение актов, наконец, корректное юридическое общение между гражданами, органами и организациями, государствами. К таким ошибкам относятся: а) неверный выбор формы правового акта и, соответственно, юридического способа решения вопросов; б) нарушение системных связей между материальными и процессуальными нормами, разными частями правового акта; в) произвольное использование юридических понятий и терминов; г) описательность изложения правового материала и неумелое формулирование юридических норм; д) неправильное оформление проекта закона или иного правового акта; е) стирание граней между правовым актом и документом (справкой); ж) неверные способы ссылок и отсылок в тексте акта; з) нарушение требований юридического языка; и) неверное использование примечаний, приложений; к) дублирование международно-правовых норм. Приведенные типологии юридических ошибок следует учитывать при подготовке, принятии, реализации, дополнении и изменении правовых актов, поскольку это гарантирует от возможных нарушений законности. К сожалению, приходится констатировать, что хорошо продуманной, научно выверенной нормативной базы по вопросам юридической техники в стране пока не существует [2]. Как следствие, законодательство во многом не успевает своевременно и адекватно регулировать уже фактически сложившиеся общественные отношения, не говоря уже о стимулировании развития новых. Как нам представляется, для преодоления имеющихся разночтений, исключения различных подходов, а также упрощения правотворческого процесса должен быть принят единый нормативно-правовой акт – ФЗ «О нормативных правовых актах в РФ» (работа над которым ведется многие годы).

Кроме того, предлагается: разработать общие (единые) правила подготовки проектов и принятия нормативных правовых актов, которые должны найти отражение в федеральном законе «О порядке принятия федеральных конституционных законов и федеральных законов РФ», а также в федеральном законе «О нормативных правовых актах в РФ»; создать региональные общественные экспертные советы, представленных ведущими учеными и юристами-практиками, для оказания содействия правотворческим органам в повышении качества принимаемых нормативных правовых актов; законодательно унифицировать правила правотворческой техники и специально-правовой терминологии, используемой при подготовке нормативных правовых актов; осуществить систематизацию (общую и видовую) действующих нормативно-правовых актов и осуществить издание «Свода законодательства РФ и субъектов РФ»; определить четкий механизм взаимодействия ветвей государственной власти при процессе разработке проектов нормативно-правовых актов; установить запрет на принятие нормативно-правовых актов, реализация которых не обеспечена финансовыми и матери-

альными условиями; на законодательном уровне определить место источников международного права и прецедента в системе права России, круг общепризнанных принципов и норм международного права, являющихся частью правовой системы России, установить четкие процедуры имплементации международных норм в отечественное законодательство, а также порядок выявления и устранения противоречий между нормами отечественного и международного права. Указанные меры, по нашему мнению, будут способствовать повышению качества правовых решений и снижению числа неэффективных нормативных актов, позволят оптимизировать, а в дальнейшем и совершенствовать отечественное правотворчество.

Литература/источники:

1. Правовая жизнь Российского общества в условиях глобализации. Коллективная монография под ред. А.В. Малько. М., 2017. С67.
2. Малько А. В., Пономаренков В. А. Правовая жизнь современного общества. Монография. М., 2015. С79.

Социально-гуманитарные исследования в современном информационном обществе

Артамонова Елена Дмитриевна,
студентка 3 курса направление «Юриспруденция»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
lena_artamonova_1999@mail.ru

Порунова Ольга Геннадьевна,
научный руководитель, ст. преподаватель кафедры права,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olga.porunova@rambler.ru

ФРАНЧАЙЗИНГ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. В данной статье мы подробно рассмотрим и познакомимся с понятием «Франчайзинг». Дадим ему определение, которое трактует Гражданский Кодекс Российской Федерации. Также мы узнаем, в чем состоит отличие франчайзера от франчайзи и каковы их роли и функции в договоре коммерческой концессии.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, франшиза, коммерческая концессия.

Одним из инструментов решения экономических проблем страны является франчайзинг. Это один из самых эффективных механизмов, который позволяет повысить эффективность малого бизнеса. Франчайзинг дает возможность объединить достоинства малого и крупного бизнеса.

Франчайзинг – особая форма ведения бизнеса, которая заключается в сотрудничестве нескольких компаний или предпринимателей, объединенных одним брендом, правилами и договором коммерческой концессии [1]. В договоре франчайзинга есть две стороны: франчайзер (правообладатель компании) и франчайзи (франшизополучатель).

Франчайзер заинтересован не только в том, чтобы извлечь прибыль, но и в том, чтобы популяризовать свой бренд на новых рынках. Он на собственном примере показывает франчайзи как избежать роковых ошибок в ведении бизнеса, делится своим опытом и знаниями.

Франчайзи дается возможность использовать уже проверенный и разработанный бизнес план по продвижению бренда, то есть с покупкой франшизы он уже приобретает репутацию. Работа по франшизной схеме позволяет франчайзи действовать самостоятельно и добиваться высоких показателей, даже при отсутствии опыта в бизнесе. Ему не приходится решать проблемы, с которыми сталкивается новичок. Поддержка франчайзера помогает избежать ошибок, которые совершают неопытные предприниматели.

Покупка франшизы является одним из лучших планов ведения предпринимательской деятельности по уже работающей бизнес схеме. Франчайзи получает техническую документацию, рабочую инструкцию, поставку оборудования и материалов, обучение методам работы, последующее оказание консультативной помощи. Данные вопросы должны быть отражены в договоре. В свою очередь франчайзи обязан оплачивать свое

право пользоваться лицензией. Способы оплаты могут быть различными: единовременный вступительный взнос, периодические платежи от прибыли (роялти) и другие.

В главе 54 Гражданского Кодекса Российской Федерации франчайзинг носит название «коммерческая концессия», а его стороны – «пользователь» и «правообладатель» [2]. Как отмечает Е.А. Суханов в комментарии к Гражданскому Кодексу Российской Федерации, «пользователь вступает в имущественном обороте вполне самостоятельно, но в фактических отношениях со своими контрагентами-потребителями как бы надевает маску правообладателя, оформляя результаты своей деятельности его атрибутикой. Первоначально правообладатель расширяет не только границы своей влияния без каких-либо дополнительных затрат, но даже получает от этого прибыль (в виде платы от пользования)».

Данный договор имеет предпринимательский характер, следовательно его сторонами могут быть граждане, которые зарегистрированы в качестве индивидуального предпринимателя, а также коммерческие организации [3].

По договору коммерческой концессии правообладатель несет субсидиарную ответственность по предъявляемым к использованию требованиям о несоответствии качества товаров, продаваемых пользователем по договору коммерческой концессии, а по требованиям, предъявляемым к пользователю как изготовителю продукции правообладателя, правообладатель отвечает солидарно с пользователем [4].

Кроме обычной письменной формы данный вид договора должен быть зарегистрирован органом, осуществившим регистрацию юридического лица или индивидуального предпринимателя, выступающего в договоре в качестве правообладателя (франчайзер). Договор коммерческой концессии на использование объекта, охраняемого в соответствии с патентным законодательством, подлежит регистрации также в федеральном органе исполнительной власти в области патентов и товарных знаков [5]. Все договоры концессии и субконцессии в обязательном порядке регистрируются в Роспатенте – Федеральная служба по интеллектуальной собственности.

Франчайзинг способствует развитию малого и среднего бизнеса России, но государство не дает необходимых для этого условий. Сложная экономическая ситуация в стране не мешает развитию франчайзинга. Наоборот, оказавшись в тяжелых финансовых условиях, бизнес в России ищет различные способы развития с меньшими рисками и затратами. Франчайзинг в этом случае оптимален для тех, кто хочет масштабировать уже существующий бизнес и тех, кто находится на старте и только ищет варианты открытия собственного дела.

2019 год был очень активен и продуктивен в части появления новых франчайзеров. По итогу года рынок франчайзинга вырос на 16%.



Рисунок 1. Динамика рынка франчайзинга 2019 год

Таким образом, можно сделать вывод о том, что залог успеха – это опыт работы, четкий бизнес-план, высокий уровень репутации. Для франчайзера – это оперативный способ создания новых предприятий, приносящих доход, для франчайзи выгодная возможность организовать свое преуспевающее дело по отработанному плану ведения бизнеса. В России франчайзинг развивается очень стремительно. Если франчайзинг будет продолжать развиваться в таком же темпе, то он получит стабильное укрепление на российском рынке.

Литература/источники:

1. Макашева З.М., Макашев М.О. «Брендинг: Учебное пособие. – СПб.: Питер», 2011. 220 с.
2. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 18.03.2019, с изм. от 03.07.2019). ГК РФ Статья 1027. Договор коммерческой концессии. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/49c2afdf04c1ba13e815aa8b44287cd4b6cac9f5/
3. Сосна С.А., Васильева Е.Н. Франчайзинг. Коммерческая концессия. – М.: ИКЦ «Академкнига», с. 88
4. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 18.03.2019, с изм. от 03.07.2019). ГК РФ Статья 1034. Ответственность правообладателя по требованиям, предъявляемым к пользователю. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/39560e67cafdc63386281c8bd2906bcb3298146d/
5. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 18.03.2019, с изм. от 03.07.2019). ГК РФ Статья 1028. Форма и регистрация договора коммерческой концессии. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/586bea8ac50ac519cccd34897fd6a150dff074f/

**Байбикова Диана Ринатовна,
Климова Валерия Анатольевна,**

студентки 2 курса среднего профессионального образования,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,

г. Сызрань

kafedra203matem@mail.ru

Титова Елена Васильевна,

научный руководитель, преподаватель
кафедры социально-экономических дисциплин,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,

г. Сызрань

tit0411@mail.ru

СОХРАНЕНИЕ И РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЗАПОВЕДНИКОВ КАК ОДНО ИЗ РЕШЕНИЙ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ

Аннотация. В настоящее время проблема в сфере экологии актуальна для всей планеты, так как природа многих зон находится в неблагоприятном состоянии: пропадают многие виды животных, растений, рыб. Чтобы, сохранить природное достояние нашей страны, созданы заповедники в различных частях России. Мы описали и частично проанализировали проблемы сохранения и развития Даурского заповедника как одного из уникальнейших мест нашей планеты. Тем самым мы хотим обратить внимание общества к сохранности природоохранных зон и к экологическим проблемам.

Ключевые слова: Экология, заповедник, дикая природа, экологическая безопасность, животный мир.

Необходимость поиска решения экологических проблем обусловлена угрозой экологической катастрофы, вызванной негативными последствиями научно-технического прогресса, поэтому является актуальной для всех регионов [1]. Концепция устойчивого развития – модель развития цивилизации, которая исходит из необходимости соблюдения баланса между решением социальных, экономических проблем и сохранением окружающей среды. В современном мире, особенно важную роль в природоохранной деятельности занимает исследование заповедных зон. Сохранение биоразнообразия является не просто новым направлением охраны природы, это – неотъемлемая составная часть концепции перехода человечества на принципы устойчивого развития. В рамках этой проблемы впервые признано, что охрана живого на Земле не является узкой определенных групп и кругов, но является задачей всего человечества и одновременно условием его выживания на планете.

В целях привлечения внимания общества к вопросам экологического развития Российской Федерации, сохранения биологического разнообразия и обеспечения экологической безопасности по указу президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина 2017 год был объявлен годом экологии. [2]. В нашей стране многие люди относятся уважительно к природе, но есть и те, кто наносит вред. Но их объединяет одно – когда-то все они были детьми. Поэтому так важна роль воспитания в экологической сфере с самого детства. С раннего возраста каждый должен заботиться о природе, принимать участие в субботниках, не мусорить на улице, в лесах и вырабатывать многие другие полезные привычки для сохранения природы. Не все осознают необходимость этих правил, поэтому все чаще из-за халатности людей гибнут многие виды животных, растений, попадают в Красную книгу. Для сохранения исчезающих видов животных, птиц, рыб, растений и создаются заповедники.

В рамках нашей работы мы изучили Государственный природный биосферный заповедник «Даурский». Заповедник состоит из степных озер Барун-Торей и Зун-Торей и нескольких участков степей общей площадью 45 790 гектаров и расположен на юге Забайкалья, на границе 3 стран: Монголия, Китай, Россия. Заповедник «Даурия» является объектом всемирного наследия ЮНЕСКО, он был создан в 1994 году, когда было подписано Межправительственное соглашение о создании международного заповедника «Даурия» на базе заповедников Даурский (Россия), «Монгог Дагуур» (Монголия) и «Озеро Далай» (Китай).

Деятельность Даурского природного заповедника базируется на 4 важных аспектах:

- охране заповедных секторов от человеческого фактора, а также пожаров (жарко);
- государственном мониторинге (учете числа дзерена, манула и прочей фауны);
- дальнейших научных исследованиях реликтовой и эндемичной флоры и фауны;
- популяризации всех экологических знаний с помощью экскурсий, музея и т.д.

Государственный природный биосферный заповедник «Даурский» организован 25 декабря 1987 года с целью восстановления и сохранения в естественном состоянии и степных, озеро-степных и водно-болотных комплексов Юго-Восточного Забайкалья, а также для охраны гнездовых местообитания околотовных птиц, в частности единственных в России гнездовой реликтовой чайки.

На Земле есть много мест, где можно почувствовать величие, силу и красоту природы. Даурские степи – это бесконечные просторы «травяного моря» и бархатные сонные сопки, звонкое пение жаворонков, «столбики» любопытных тарбаганов и грациозные танцы журавлей. Даурия – это и блюдца озер, от маленьких до бескрайних, где вода сливается с горизонт ом, а окаймляющие песчаные пляжи или заросли камышей и тростников служат прибежищем для тысяч уток, гусей, белоснежных лебедей, юрких куликов и неугомонных чаек. Светлые, залитые солнцем березово-осиновые колки и причудливые скалы Адон-Челона, островные сосновые боры среди бескрайней степи, издали похожие на средневековое войско кочевников, – это тоже многоликая Даурия.

Достопримечательности заповедника «Даурский».

Торейские озера.

Десятки миллионов лет назад здесь было море. Сейчас несколько озер. Обломки восьмилучевых кораллов, древних морских обитателей, находят по берегам до сих пор. Озеро Барун-Торей – самый крупный водоем Забайкалья. Его площадь в годы полного разлива может составлять 580 кв. км, а глубина – четырех метров. Озеро Зун-Торей имеет максимальную площадь 300 кв. км.

«Пульсирующая» особенность Торейских озер, исчезающих раз в 30 лет, на протяжении 200 лет, заинтересовала исследователей Даурского заповедника. После того как знаменитый ученый и путешественник Петер Симон Паллас побывал в 1772 году в Даурии впервые подробно описал местную природу и, конечно, Торейские озера, несколько следующих экспедиций не могли их обнаружить. В мире известно еще только одно «исчезающее» озеро, находящееся в Африке. Ученые до сих пор не могут объяснить, почему ритм жизни всех озер, периоды их высыхания наполнения, полностью совпадают.

Урочище Адон-Челон

Название Адон-Челон в переводе с бурятского означает «табун камней». От гранитных скал-останцев, возвышающихся посреди степи, веет древностью и тайной. Ветер, с годами выдувающий хрупкую породу, придавал камням причудливые формы, напоминающие мифических животных, воинов. Самая высокая гора Цаган-Обо высотой 986 метров считается священной. На её вершине расположен древний ритуальный комплекс из двенадцати каменных полусфер, окружающих центральную ступенчатую конструкцию, вырезанную из монолитного камня высотой больше двух метров.

Цасучейский бор

Уникальный сосновый лес протянулся широкой стеной вдоль правого берега Онона. Самые высокие его деревья облюбовали редкие и красивые чёрные аисты, меж выцветших на степном солнце стволов резвятся сибирские косули. Происхождение леса посреди степей по сей день вызывает споры в научных кругах. В народе сохранилась красивая легенда об этом. Когда в стародавние времена в степи случился сильный пожар, боги послали огромного ворона, чтобы он задул пламя взмахами своих крыльев. Устав, он лёг на берегу Онона, чтобы напиться, но уже не смог подняться – его перья превратились в сосны. Очертания птицы и сегодня можно разглядеть на спутниковых снимках. К сожалению, в засушливые годы Цасучейский бор и его обитатели действительно страдают от сильных пожаров. Весной 2012 года огонь затронул почти половину заказника, более 30 км². Но всякий раз после бедствия дикий лес восстанавливался усилиями и сотрудников заповедника, и самой природы. В целях пропаганды борьбы с пожарами на природных территориях заповедник объявил акцию «Скажем пожарам – НЕТ!», в рамках которой предлагается скоординировать усилия местного населения по борьбе с пожарами.

Удостоен в заповеднике отдельного внимания манул- хищное млекопитающее семейства кошачьих, занесённый в Красную Книгу России. [5]. Эта красивая, очень скрытная кошка требует особого подхода. Лишь с появлением новых технологий дистанционного наблюдения сотрудникам заповедника удалось внимательней разглядеть и узнать манула. Эти знания вскоре потребовались, чтобы в трудную минуту оказывать уязвимым животным действенную помощь. Затем реальные события приобрели облик скоротечных серий рассказов о мануле, с которыми познакомились тысячи людей из десятков стран мира. Новый проект Даурского заповедника «Манулы – знать и сопереживать, чтобы сохранить» поддержан Благотворительным фондом «Красивые дети в красивом мире». Цель проекта – повысить эффективность Даурского заповедника в сохранении манула. Реализация данного проекта требует значительных финансовых ресурсов (общий бюджет проекта – 4 202 570 руб.). Больше половины данных затрат берет на себя благотворительный фонд.

В Даурском заповеднике будет развернута широкая сеть фотоловушек, с помощью которых, а также других методов появится возможность продолжительного наблюдения за манулами на ключевом участке их обитания в заповеднике – в скальном массиве Адон-Челон. [3]

Помимо редкой фауны и флоры этот край славится богатыми месторождениями ценных минералов. В этом списке – аквамарин, гелиодор, топаз, дымчатый кварц, шерл (черный турмалин), берилл и очень редко встречается цитрин, аметист и розовый кварц. Одним из главных мест считается священная гора Цаган-Обо (с бурятского – Белая Гора), а так же и самой высокой точкой заповедника. Раз в год местные буддисты проводят обряд Обо – большой молебен. Обряд совершают для благополучия в семье, продления жизни, успехов в домашнем хозяйстве, работе, учебе. Познакомившись с уникальными местами Даурии, захочется посетить эти уникальные места!

Основная задача заповедников состоит в строжайшей охране эталонов дикой природы соответствующей зоны и ландшафтов для сравнения и анализа тех изменений, которые вносит в природу человек. Необходимо помнить, что сбережение всех видов животных и растений, обитающих на земле, имеет важное научное и практическое значение. Это тот драгоценный генетический фонд, который может оказаться крайне необходимым человечеству. Поэтому необходимо обеспечить охрану, защиту и развитие природоохранных зон. В этом заключается одна из главных задач экологии сегодня.

Литература/источники:

1. Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию. Принята Конференцией ООН по окружающей среде и развитию, Рио-де-Жанейро, 3–14 июня 1992 года. [Электронный ресурс] (дата обращения 05.04.2020) URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/riodecl.shtml
2. Указ о проведении Года экологии в 2017 году [Электронный ресурс] Президент России. (дата обращения 10.04.2020). URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/51142>
3. Официальный сайт Даурского Государственного природного биосферного заповедника [Электронный ресурс] (дата обращения 25.03.2020) URL: <http://www.daurzapoved.com>
4. Даурский Государственный Природный Биосферный [Электронный ресурс] Заповедник. Культура РФ. Портал культурного наследия, традиций народов России. (дата обращения 15.03.2020) URL: <https://www.culture.ru/institutes/9453/daurskii-gosudarstvennyi-prirodnyi-biosfernyi-zapovednik>
5. Манул *Felis manul*/Красная книга России [Электронный ресурс] (дата обращения 23.03.2020). URL: <http://redbookrf.ru/manul-felis-manul>

**Бобков Егор Олегович,
Балашова Екатерина Андреевна,**

студенты 2 курса, специальность
«Информационная безопасность телекоммуникационных систем»
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики»,
г. Самара
warlockdestr@mail.ru

Панин Дмитрий Николаевич,
научный руководитель, к. физ.-мат.н., доцент кафедры теоретических основ радиотехники и связи
ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики»,
г. Самара
pdntec@mail.ru

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КРИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ С ЮТ-ТЕХНОЛОГИЯМИ

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы, связанные с обеспечением информационной безопасности критических объектов инфраструктуры, приведены

наиболее общие и распространённые этапы реализации кибератак, приведены методы смягчения последствий кибератак на критические инфраструктуры на базе Интернета вещей.

Ключевые слова: информационная безопасность, Интернет Вещей, критическая информационная инфраструктура, методы смягчения последствий кибератак.

Информатизация современного мира происходит настолько стремительно, с одной стороны облегчая жизнь человечеству, позволяя развивать технологии производства, совершенствовать методы научного исследования, с другой стороны, делая общество уязвимым, подвергая опасности субъекты критической информационной инфраструктуры, которые предоставляют важные услуги, такие как электронную связь, электроэнергию, банковские, финансовые и общественные услуги, транспорт и управление водными ресурсами. Все вышеперечисленное должно быть надёжно защищено от различных внешних угроз. В связи с распространённым использованием IoT-приложений, позволяющих управлять через интернет практически всем, одновременно возникают уязвимости в системе безопасности [2]. Безопасность критической информационной инфраструктуры – это состояние защищённости критической информационной инфраструктуры, обеспечивающее ее устойчивое функционирование при проведении в отношении ее компьютерных атак [14]. Субъекты критической информационной инфраструктуры подвержены кибератакам по различным причинам, в основном, из-за своей значимости.

Интернет Вещей (IoT) – это инновация в межмашинной связи [1], уникальное соединение, позволяющее вычислительным устройствам передавать данные по всей сети без участия хотя бы одного человека. Многие устройства, работающие на базе Интернета Вещей, интегрированы в субъекты критической информационной инфраструктуры для достижения максимально эффективного взаимодействия и коммуникации. Однако есть обратная отрицательная сторона, которая несет серьезную угрозу кибербезопасности – увеличение роста кибератак, нацеленных на критическую информационную инфраструктуру [6], которые разрабатываются с использованием решений на основе Интернета Вещей и соответственно могут быть подвержены кибератакам.

Для того, чтобы разработать наиболее эффективную систему обеспечения информационной безопасности, необходимо более детально рассмотреть этапы реализации кибератаки. Ниже будут приведены наиболее общие и распространённые этапы.

Начальная стадия компрометации подразумевает использование злоумышленниками различных методов для проникновения в сеть системы путем использования уязвимостей в кибербезопасности. Так как многие основанные на ИВ критические инфраструктуры связаны напрямую с сетью Интернет, сетевые устройства могут быть зондированы злоумышленниками. С помощью методов социальной инженерии, особенно целевого фишинга, злоумышленники активируют вредоносное ПО в системе.

Этап установления плацдарма подразумевает под собой захват злоумышленниками сетевого IoT устройства, через который, в последствии, они попытаются взять контроль над ещё большим числом устройств внутри сети. Также, злоумышленники используют бэкдоры, лазейки для несанкционированного доступа, чтобы установить постоянную связь между системой и устройствами злоумышленников.

Этап эскалации привилегий включает в себя получение учетных данных, которые позволяют злоумышленникам получить доступ к большему количеству ресурсов системы. Взлом и сбор паролей являются наиболее действенными методами на данном этапе. Таким образом, злоумышленники пытаются получить доступ к учетным записям администраторов.

Этап внутренней разведки – это процесс сбора данных о внутренней сети системы, доверительных отношениях, группах, пользователях, файлах и документах путем сбора данных из скомпрометированных устройств. Злоумышленники могут искать данные о дате последнего изменения, ключевом слове или расширении файла. Блоки

управления домена, почтовые серверы и файловые серверы являются основными целями внутренней разведки.

Этап бокового перемещения подразумевает под собой шпионаж за другими IoT-устройствами, поиском конфиденциальных данных, кражей учетных данных и разведкой. Для достижения данных целей, злоумышленники должны перемещаться внутри сети по «бокам» и получать более высокие права доступа, используя различные методы и средства. Чтобы перемещаться по сети подобным образом и оставаться не обнаруженными, злоумышленники собирают такие данные, как операционные системы, службы, используемые на серверах, и иерархию сети.

Стадия поддержания присутствия направлена на продолжение управления IoT-устройствами удаленно вне сети системы, используя бэкдоры. Злоумышленники также могут скрывать свою деятельность в системе, удаляя следы, логи взломанных устройств и шифруя свой канал связи.

Заключительный этап миссии подразумевает под собой, что злоумышленники достигли своей цели. Получив соответствующие данные с IoT-устройств, злоумышленники передают их с помощью FTP протокола, средств передачи файлов или бэкдоров. После завершения атаки большинство злоумышленников хотят сохранить доступ к системе.

Благодаря услугам и возможностям интернет провайдеров, число мобильных и IoT-устройств будет расти, вместе с этим будет расти и количество уязвимостей кибербезопасности в системах на базе Интернета вещей. Таким образом, системы обеспечения безопасности критически важных, основанных на базе ИВ, инфраструктур будут постоянно испытываться злоумышленниками до предела возможностей. Кроме того, личные и корпоративные данные могут быть похищены киберпреступниками с целью получения выкупа. Этому способствует увеличение числа устройств, подключенных к сети Интернет.

Очередные кибератаки происходят ежедневно и предотвратить каждую из них практически невозможно. Однако, первоначальные методы защиты имеют большое значение с точки зрения уменьшения последствий текущих и будущих атак. Смягчение последствий кибератак включает в себя как методы обнаружения вторжений [8], так и методы их предотвращения [4], [9]. Одни из наилучших методов смягчения последствий кибератак на критические инфраструктуры на базе Интернета вещей: контроль доступа, шифрование, аутентификация, регулярные удаленные обновления системы безопасности, физическая безопасность, бэкдоры и процесс авторизации, метод псевдослучайной смены сетевых адресов, системы обнаружения вторжений. Ниже приведем характеристики некоторых из них.

Бэкдоры и процесс авторизации: IoT-решения для критических инфраструктур должны обеспечивать конфиденциальность данных и конфиденциальность пользователей. Следовательно, изготовители должны гарантировать то, что бэкдор и вредоносные программы не будут встроены в устройства в процессе производства. В определенных кругах давно ведутся обсуждения на тему добавления бэкдоров на некоторые IoT-устройства для легальной слежки [7]. Однако важно отметить, что данный бэкдор такой же, какой используется злоумышленниками для получения несанкционированного доступа к устройствам. Кроме того, для устройств широкого применения должны быть использованы уникальные логины и пароли, а не те, что устанавливаются для авторизации по умолчанию. Соответственно, злоумышленникам будет сложно скомпрометировать устройства и задействовать их в ботнете для DDoS-атак.

Защита сетевых пакетов методом псевдослучайной смены сетевых адресов: DoS-атаки являются наиболее разрушительным типом атак для систем Интернета Вещей. Таким образом, решения, принятые для обеспечения безопасности программного обеспечения сети, могут быть эффективным способом минимизации DoS-атак. Данный метод предоставляет пользователям простой способ скрыть содержимое и

конечный сервер их сеансов связи [12]. Набор IP-адресов, включающий несколько IP-адресов маршрутизаторов из разных сетей, используется для скрытия реального IP-адреса конечного сервера. Этот метод позволяет предотвратить обнаружение злоумышленниками конечного адреса передачи данных. Изменение IP-адреса сервера производится в режиме реального времени как на авторизованных клиентах, так и на сервере по уникальному расписанию.

Системы обнаружения вторжений (сокр. – СОВ): вышеупомянутые методы предотвращения кибератак эффективны для защиты системы на базе Интернета Вещей в целом от внешних атак. Однако если злоумышленник уже находится в системе, то упомянутые методы могут оказаться неэффективными. Поэтому системы обнаружения вторжений имеют решающее значение для идентификации и противодействия скомпрометированным устройствам или сетям [13]. Кроме того, СОВ может помочь в принятии соответствующих контрмер для смягчения последствий будущих атак. В СО-Вах используются следующие четыре метода:

1. *СОВ на основе характеристики* сравнивают потенциальную угрозу с ранее зафиксированным в базе данных типом атаки. Характеристики атак хранятся в базе данных СОВ. Характеристика, в данном контексте, – это набор правил, используемых для обнаружения уже идентифицированных атак в базе данных СОВ и принятия соответствующих мер предосторожности. Если возникает новый тип угрозы, который ранее не был зафиксирован в базе данных СОВ, это может стать серьезной опасностью для системы. К сожалению, это серьезный минус подобной разновидности СОВ.

2. *СОВ на основе отклонений* предназначены для обнаружения неизвестных атак. Создание надёжной модели анализа с использованием методов машинного обучения и последующего анализа поведения нестандартной атаки с помощью этой модели – это основная цель СОВ на основе отклонений. Хотя этот подход и позволяет обнаруживать ранее неизвестные атаки, он может генерировать ложные сигналы тревоги.

3. *Узловая (англ. Host-based) СОВ* устанавливается непосредственно на хост и имеет ограниченное представление о всей топологии сети. Таким образом, он может обнаруживать только вредоносные действия для хоста, на котором он установлен. Он часто используется для отслеживания любых попыток атак на критически важные серверы. Однако, как только система будет скомпрометирована, она может быть отключена злоумышленниками, и это является серьёзной уязвимостью системы.

4. *СОВ на основе стеков памяти* – это новейшая технология СОВ. В данном методе, сетевые пакеты отслеживаются до того, как они достигают верхних уровней в соответствии с моделью OSI, другими словами, до того, как пакеты обрабатываются любыми программами или операционной системой.

Резюмируя вышеизложенное, можно сказать, что ущерб, наносимый кибератаками на субъекты критической информационной инфраструктуры, приведет к катастрофическим последствиям. В связи с этим необходимо проводить мониторинг и анализ кибератак за последнее время и внедрять самые различные современные способы смягчения последствий кибератак для обеспечения информационной безопасности.

Литература/источники:

1. M. Z. Gunduz and R. Das, “Internet of things (IoT): Evolution, components and applications fields,” Pamukkale University, Journal of Engineering Sciences, vol. 24, no. 2, pp. 327–335, 2018.
2. M. Abomhara and G. M. Køien, “Cyber Security and the Internet of Things: Vulnerabilities, Threats, Intruders and Attacks,” Journal of Cyber Security and Mobility, vol. 4, pp. 65–88, Jan. 2015.
3. A. Cardenas, “Cyber-Physical Systems Security,” Jan. 2019.

4. M. Baykara and R. Das, "A survey on potential applications of honeypot technology in intrusion detection systems," *International Journal of Computer Networks And Applications*, vol. 2, no. 5, pp. 203–211, 2015.
5. S. Sağiroğlu and B. Arslan, "Fighting with Cyber Terror and Terrorism: Threats and Precautions," in 4th International Conference on Computer Science and Engineering (UBMK), pp. 239–244, Sept. 2019.
6. J. Pacheco, V. H. Benitez, and Z. Pan, "Security framework for IoT end nodes with neural networks," *International Journal of Machine Learning and Computing*, vol. 9, pp. 381–386, Aug. 2019.
7. K. Kimani, V. Oduol, and K. Langat, "Cyber security challenges for IoT-based smart grid networks," *International Journal of Critical Infrastructure Protection*, vol. 25, pp. 36–49, June 2019.
8. M. Baykara and R. Das, "A novel hybrid approach for detection of web-based attacks in intrusion detection systems," *International Journal of Computer Networks And Applications*, vol. 4, pp. 62–76, Apr. 2017.
9. M. Baykara and R. Das, "A novel honeypot based security approach for real-time intrusion detection and prevention systems," *Journal of Information Security and Applications*, vol. 41, pp. 103–116, Aug. 2018.
10. Y. Yang, T. Littler, S. Sezer, K. McLaughlin, and H. F. Wang, "Impact of cybersecurity issues on Smart Grid," in 2011 2nd IEEE PES International Conference and Exhibition on Innovative Smart Grid Technologies, pp. 1–7, Dec. 2011.
11. E. Bou-Harb, C. Fachkha, M. Pourzandi, M. Debbabi, and C. Assi, "Communication security for smart grid distribution networks," *IEEE Communications Magazine*, vol. 51, pp. 42–49, Jan. 2013.
12. V. Krylov and K. Kravtsov, "IP Fast Hopping Protocol Design," in Proceedings of the 10th Central and Eastern European Software Engineering Conference in Russia, 2014.
13. A. S. Sani, D. Yuan, J. Jin, L. Gao, S. Yu, and Z. Y. Dong, "Cyber security framework for Internet of Things-based Energy Internet," *Future Generation Computer Systems*, vol. 93, pp. 849–859, Apr. 2019.
14. Федеральный закон от 26.07.2017 N 187-ФЗ "О безопасности критической информационной инфраструктуры Российской Федерации", ст.2.

Боброва Яна Андреевна,

студентка 3 курса направление «Юриспруденция»,

Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,

г. Сызрань

yana-bobrova-1999@mail.ru

Порунова Ольга Геннадьевна,

научный руководитель, ст. преподаватель кафедры права,

Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,

г. Сызрань

olga.porunova@rambler.ru

СТРАНИЦЫ КАЗАЧЬЕЙ ИСТОРИИ

Аннотация. *Статья посвящена возрождению казачества, этапам становления казачества и разнообразным точкам зрения историков о казачестве.*

Ключевые слова: *казачество, казаки, возрождение, формирование, революция, гражданская война.*

С 1990 года казачий вопрос, несмотря на все пережитое, снова в центре общественного внимания, и стал, пожалуй, одним из стержневых вопросов воскрешения и

восстановления России. Однако вопрос о происхождении казачества является довольно сложным, и все же мог быть давным-давно разрешен, но беда в том, что его тесно связали с политикой. Уже какой год ведется сомнительная по содержанию и провокационная по направлению дискуссия – кто они, казаки: отдельный народ или нация, национальность или военное сословие, субэтнос, культурно-исторический этнос или еще что-то?

Н. В. Гоголь говорил: «Казачество – это искра, высеченная из груди русского народа ударами бед».

Очевидно одно: казачество было особым военным сословием в царской России и имеет оно вековую историю. Никто точно не знает, откуда пошло само слово «казак». Большинство ученых считают, что оно тюркского происхождения и означает «вольный человек». Другие полагают, что оно берет начало в монгольском языке, где слово «ко» означает «броня», «латы», а слово «зах» – «мета», «граница», то есть, «козах» – «защитник границы». Есть и другие версии происхождения этого слова.

Казачество не только обороняло границы, но и способствовало расширению территории Московского, а затем и Российского государства. Как же это удавалось казачеству? Какие обстоятельства на протяжении столетий формировали особое военное искусство казаков? Какова роль казачьего вольного сословия в военных успехах России, в обороне ее границ и расширении ее территорий? Какова роль казачества в современной России? Будут ли продолжены военные традиции казачества? Эти и другие вопросы определили актуальность исследования.

В данной статье будут рассмотрены этапы становления казачества в России как сословия, точки зрения историков о казачестве, развитие института казачества на примере Сызранских казаков.

Довольно длительное время казаки представляли собой слой населения, неоднородный по своему составу и по отношению к власти. И власть не могла определиться в своем отношении к казачеству. Объективно, люди, уходившие на рубежи государства, выполняли функции охраны его границ, то есть функции служилого сословия. Но очень часто целями набегов казаков становились мирные купцы и даже царские отряды, что ставило их в категорию разбойников. Как же и когда казачество окончательно превратилось в надежную опору трона и сохранились ли у служилых и разбойных казаков общие ценности. Выяснить ответы на эти вопросы является целью исследования.

Так кто же такие казаки? Существует огромное количество точек зрения по данному вопросу. Н.М. Карамзин доказывал, что казачий народ сложился из торков (выходцев из Византии) и берендеев («черные клобуки»), воевавшие на стороне киевских князей, входившие в дружину Юрия Долгорукого задолго до монгольского нашествия на берегах Днепра и предшествует Малороссийским казакам Запорожья. В «Истории государства Российского» он писал: «Козаки образовали воинскую Христианскую Республику в южных странах Днепра, начали строить селения, крепости в сих опустошенных Татарами местах».

Кочевой образ жизни обусловил формирование социально – территориальной группы в виде военизированного объединения. Усиление славянского элемента в процессе формирования казачества за счёт притока выходцев из Московского государства вызвало обрусение и христианизацию данной социальной группы. Постоянная жизнь в условиях войн, которые для казаков были формой существования и способов выживания, способствовало как росту военных навыков, так и высокой религиозности

Исторические исследования этногенеза казачьего народа представлены в трудах следующих учёных.

Антрополог и археолог С.И. Руденко придерживался хазарской гипотезы, дал описание гребенских казаков «как оседлое русскоязычное племя, на границе с гор-

цами Дагестана и Чечни». По мнению В. Шамбарова, «казачество возникло путём слияния касогов и бродников после монголо-татарского нашествия». Касоги (касахи, касики, каазаты) – древний черкесский народ, заселявший территорию нижней Кубани в X–XIV веках, а бродники – смешанный народ тюрко-славянского происхождения, впитавший остатки булгар и славян.

Вместе с тем, присутствовало и негативное мнение в отношении казачества. Негативное отношение к казачеству звучит и в высказываниях С.М. Соловьёва, который видел в казаках силу, враждебную государству и «земскому человеку, занятому мирным промыслом», а возникновение их связывал с выделением из русского общества «толпы людей, искавших приволья в степи», бродяг и разбойников.

Каждый сам решает, какой точки зрения придерживаться. Как писал Н.В. Гоголь, «Казачество – это искра, высеченная из груди русского народа ударами бед». Считаем, что казаки сыграли значимую роль в истории государства, и не замечать их вклад нельзя.

Многие задаются вопросом, зачем нужны казаки в XXI веке. Прежде всего, это передача и сохранение традиций казачества, обучение молодежи. Именно их прививают в станице «Сызранская». Революция и гражданская война 1917 -1922 г. разрушили исторически сложившуюся систему казачьих войск Российской Империи, а казачье население в основной своей массе подверглось репрессиям за отказ от признания «достижений» Советской власти. Казачеству было предложено доживать свой век в виде фольклорных ансамблей и музейных экспонатов. С конца 80-х гг. прошлого столетия в Российской Федерации началось возрождение традиций, культуры и быта казаков, появились казачьи организации.

Волжское казачье войско воссоздано на Большом круге 1993 году, центром войска стал город Самара. В феврале 2010 были учреждены герб, знамя, флаг Волжского войскового казачьего общества.

В Сызрани в 90-е годы была реанимирована казачья станица «Сызранская» Волжского казачьего войска. 28 апреля 2015 г состоялся казачий круг, на котором был выбран новый атаман станицы, есаул Гаранин Николай Викторович, и внесены изменения в Устав, позволяющие станице соответствовать законодательству. Круг прошел торжественно и в соответствии с казачьими традициями и устоями, которые долгие годы были утрачены. Этот круг стал новым этапом в возрождении казачьих традиций в Сызрани.

Так, 1 ноября 2015 года в соответствии с казачьими традициями в Казанском Кафедральном соборе состоялась первое принятие присяги у казаков и кадетов учебных сотен, кадетов Казачьего духового оркестра.

Сейчас в стране большое внимание уделяется развитию и укреплению кадетского движения. А также в станице ведет свою работу подразделение специальной подготовки «Хортъ», подразделение охраны «Барс», подразделение «Перначъ», которое занимается возрождением традиций владения оружием казачества – шашкой. На данный момент в станице присутствует 126 казаков, не считая кадетов, обучающихся в учебных сотнях.

Новый этап в возрождении казачества можно определить с момента принятия 3 июля 2008 года «Концепции государственной политики Российской Федерации в отношении российского казачества», целью которой является развитие и обобщение принципов государственной политики в отношении российского казачества в области государственной службы, взаимодействия казачества и казачьих общин с органами государственной и муниципальной власти.

Россия – многонациональное государство. На знании истоков казачества, его сакральных традиций, родного фольклора воспитывается интерес и уважение к культуре других народов.

Основой казачества всегда были православная вера и любовь к Отечеству.

Мы должны брать пример с этих отважных, честных и великодушных людей! Должны бережно хранить память о своих корнях и уважительно относиться к культуре своего и других народов!

В заключение работы хотелось бы процитировать И. П. Буданова, а именно фразу: «Без казаков не быть России».

Литература/источники:

1. Н.Ю.Карамзин. История государства российского. – М., Просвещение, Т. 8, С.354.
2. С.И. Руденко. Казачество: история и культура. [Электронный ресурс]. Дата обращения: 01.02.2020. – Режим доступа: <http://cossacksculture.mgutm.ru/istoriya/drevnyaya-rus/10-istoriya-kazachestva/61-teorii-vozniknoveniya-kazachestva-2>
3. Батьянова, Е.П., Бахмацкая, Л.А., Власова, И.В. Народы России. Атлас культур и религий/ Е.П. Батьянова, Л.А. Бахмацкая, И.В. Власова, М.: Дизайн, 2010. – 320 с.

Гусейнова Альбина Агасафовна,
студентка 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
albinos2014@ya.ru

Шарохина Светлана Владимировна,
научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

СОВРЕМЕННАЯ ПАРАДИГМА ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА

Аннотация. В статье аргументирована необходимость существования парадигмы бытия, четких идеалов, целей и смыслов жизни человека и человечества. Поддержана современная парадигма жизнедеятельности человечества, как процветание и глобальное единение человечества как рода при сохранении многообразия национальных и государственных форм бытия и утверждении ценности личности.

Ключевые слова: медийное пространство, парадигма бытия, хаосология, социальная конвергенция, социальный опыт, традиции.

При любом географическом, экономическом, политическом соприкосновении народов между их культурами начинается творческое взаимодействие. Механизм культурных взаимодействий, протекающих в медийном пространстве, снимает временные барьеры, стирает временные и пространственные границы. Межнациональные культурные взаимодействия всегда имели свой эпицентр: Греция

- в эпоху античности, Италия – в эпоху Ренессанса, Франция – в эпоху классицизма, Россия – в период соцреализма [1]. XXI век ознаменовался бурным развитием электронных медиа, позволяющих знакомиться с текстом, написанным в другом конце мира на любом языке [2].

Наступившая после окончания холодной войны новая эпоха впервые в истории человечества не имеет своей парадигмы, своей формулы бытия, четких идеалов, целей и смыслов жизни человека и человечества. Образовалась мировоззренческая черная дыра. Возможно, именно поэтому некоторые ученые усомнились в том, что история есть движение по восходящей линии. Лауреат Нобелевской премии Илья Пригожин предложил понимать историю как хаотическое, непредсказуемое движение. Ранее мир представлялся гармоничным, а хаос виделся на периферии. Ныне

перед многими предстало обратное изображение: мир хаотичен и лишь на периферии – оазисы гармонии. Возникло новое мировоззрение – хаосология [3].

Отсутствие современной парадигмы бытия дает о себе знать на каждом шагу: абсолютное большинство политиков в своих решениях следуют не стратегии, а прагматике. В сегодняшней культуре немало ярких, талантливых, но нет великих произведений. Их нет ни в одном искусстве и ни в одной стране мира уже несколько десятков лет. И они не появятся, пока не будут открыты и сформулированы в культуре новые идеалы и смыслы бытия, соответствующие новой эпохе [4].

Исследования со стороны отечественных и зарубежных авторов, начатые еще в 1950-х годах, определили ряд новых черт и признаков начала перехода человечества к новому этапу развития. Положительные эффекты перехода обуславливаются в тенденциях гуманизации и социально-экономических аспектах, которые проявляются в соединении объективных потребностей общества с интересами человека и развитием его творческой, созидательной активности. В таблице приведены следующие научные концепции эволюции развития человека и общества, характеризующие черты и основы современного развития жизнедеятельности человечества [5].

Таблица – Научные концепции эволюции развития человека и общества

Автор научной концепции эволюции развития человека	Ключевые основы, определяющие современную парадигму
Э. Тоффлер	Выделил три волны развития человечества: 1. Аграрная цивилизация. 2. Индустриальная революция. 3. Новая цивилизация, новый строй жизни. Возникающая цивилизация пишет новые правила поведения и ведет нас за пределы стандартизации, синхронизации и централизации [6].
Н.Д. Кондратьев	Сформулирована первая концепция долговременных колебаний в экономике, которыми он показал, что существуют волнообразные циклы в экономике. По его мнению периоды развития продолжительности циклов составляют около 24 лет. В течение приблизительно двух десятилетий перед началом повышательной волны большого цикла наблюдается оживление в сфере технических изобретений [7].
Н.Н. Моисеев	Концепция основывается на экологической, ноосферной характеристике, которая набирает популярность в современном мире. Автор считал, что человечество на рубеже XXI века подошло к перелому цивилизации, который подразумевает новый образ мыслей человека и новую структуру его ценностей [8].
М. Кастелс	Взаимодействие между историческими процессами 1960-х годов, где происходили революция информационных процессов, кризис, как капитализма, так и этатизма, популярность развития социальных движений породили современную доминирующую социальную структуру, новую экономику и новую культуру. Мы будем иметь досуг для экспериментов с духовностью и возможность примирения с природой, не жертвуя материальным благосостоянием наших детей [9].

Русская культура в процессе внутреннего диалога способна предложить ответы на эти запросы времени и разработать новую парадигму, так как она не в такой степени, как западная, погрузилась в практицизм, попсу и постмодернизм. Еще в XIX

- XX веках русская культура искала пути и для отечества, и для человечества. Русская культура создается людьми, обладающими уникальным социальным опытом. Русская культура опирается на мощные традиции русской классики, перед которой история всегда ставила высшие проблемы бытия. Русская культура остро чувствует несправедливость и неблагополучие мира и стремится к их преодолению.

Выделим отдельно советского ученого Ю.Б. Борева, который высказывает гипотезу об идеалах и смыслах бытия человека и человечества в XXI веке. Он утверждает, что человек независимо от имущественного положения, национальной, расовой, классовой, конфессиональной принадлежности – высшая ценность мира; принадлежность

к человеческому роду обеспечивает распространение на личность прав человека и общечеловеческой солидарности. Демократия, по мнению ученого, не является панацеей (она казнила Сократа и привела к власти Гитлера) [10]. Ныне демократия выказала себя не с лучшей стороны, не без успеха манипулируя людьми с помощью средств массовой информации, что можно наблюдать на Украине. Поэтому становится понятно, что необходимо сочетание разумной, контролируемой обществом авторитарности с инициативной демократией.

Ю.Б. Борев считает, что необходимы: социальная конвергенция, то есть объединение сильных сторон капитализма (рынка) и сильных сторон социализма (социальной справедливости); геокультурная и геополитическая конвергенция (единение острого западного смысла и сумрачного гения с вековой восточной мудростью). Это снятие напряженности должно идти не путем военного конфликта, а путем мирного диалога.

Таким образом, можно сказать, что циклическая природа развития человечества определяет свою парадигму бытия общества и личности, которая сочетает в себе все характеристики организации крупных статусных сообществ, и показывает тем самым положительные аспекты гуманизации и социализации экономики. Современную парадигму жизнедеятельности человечества можно кратко сформулировать так: процветание и глобальное единение человечества как рода при сохранении многообразия национальных и государственных форм бытия и утверждении ценности личности.

Литература/источники:

1. Борев Ю.Б. Глобализация и медиапространство. В сб.: Медиакоммуникации в XXI веке: императивы, вызовы, перспективы [Текст]: материалы международной научно – практической конференции (Донецк, 29-30 апреля 2015 г.) / научн. ред Артамонова И.М. – Донецк: ДонНУ, 2015. –Вып.1. С.8.- 10.

2. Борев Ю.Б. Смыслы бытия человека и человечества в эпоху глобализации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kak.znate.ru/docs/index-94058.html> (Дата обращения: 16.03.2020).

3. Голубинов Я.А., Иливицкая Л.Г., Барабошина Н.В. Диагностика гуманитарного пространства жизнедеятельности человека в классической и постнеклассической парадигме, 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/diagnostika-gumanitarnogo-prostranstva-zhiznedeyatelnosti-cheloveka-v-klassicheskoy-i-postneklassicheskoj-paradigme/viewer> (Дата обращения: 16.03.2020).

4. Борев Ю.Б. Эстетика: Учебник / Ю.Б. Борев. – М.,: Высш. шк., 2002. – 511с.

5. Яковлев В.А. Информационная парадигма бытия. – 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26223970> (Дата обращения: 16.03.2020).

6. Фурс Е.И. Особенности концепции модернизации в трудах Э. Тоффлера // Вестник Воронежского государственного университета. - 2008. – № 3. С.239 – 243.

7. Баутин В.М. Николай Дмитриевич Кондратьев и его роль в становлении агроэкономической науки и образования в России // Известия Тимирязевской сельскохозяйственной академии. – 2017. -№ 2 С.134 – 153.

8. Степанов С.А. Проблемы глобализации в философии экологии Н. Н. Моисеева и современность // Социально-гуманитарные знания. – 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemny-globalizatsii-v-filosofii-ekologii-n-n-moiseeva-i-sovremennost/viewer> (Дата обращения: 16.03.2020).

9. Птицына С.С. Теория сетевого общества М.Кастельса: теоретикосоциологический анализ // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2011. №5. С.55 – 56.

10. Пригожин Илья. Философия нестабильности //Вопросы философии – 1991 г. – № 6. С.46 – 52.

Дружинин Егор Андреевич,
курсант 1 курса, филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)

Крайнова Екатерина Анатольевна,
канд. пед. наук, доцент, филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)
kate_kate@list.ru

ОПЕРАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Аннотация. В статье рассматривается понятие операционной системы реального времени, классификация, роль и место операционных систем реального времени в современном информационном обществе, режимы работы, основные функции. Приведена сравнительная характеристика операционных систем общего назначения и операционных систем, обрабатывающих события в режиме реального времени. Обозначены перспективы реализации операционных систем реального времени в современном цифровом оборудовании.

Ключевые слова: операционная система реального времени, управление задачами, динамическое распределение памяти, синхронизация, контроль.

Современное общество уже невозможно представить без информационно-коммуникационных технологий. Они настолько глубоко внедрились во все сферы деятельности человека, что мы уже не представляем жизни без этих достижений. В настоящей статье рассматриваются операционные системы реального времени, как одно из наиболее актуальных программных обеспечений современных компьютерных систем.

Операционная система (ОС) – комплекс программ, предназначенных для:

- управления выполнением пользовательских программ;
- планирования и управления вычислительными ресурсами ЭВМ.

Схематично взаимодействие операционной системы с аппаратным, программным обеспечением и пользователем можно представить на рисунке 1.

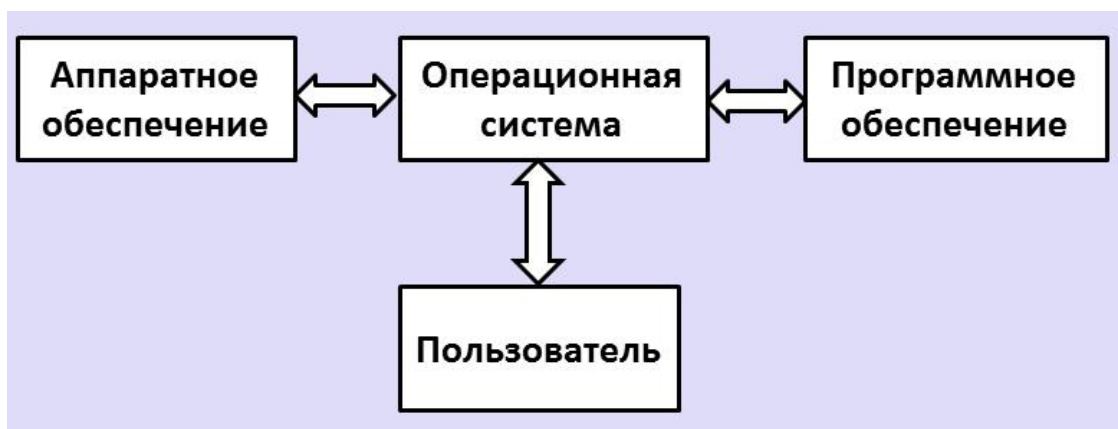


Рисунок 1

Приведем классификацию современных операционных систем (рисунок 2).

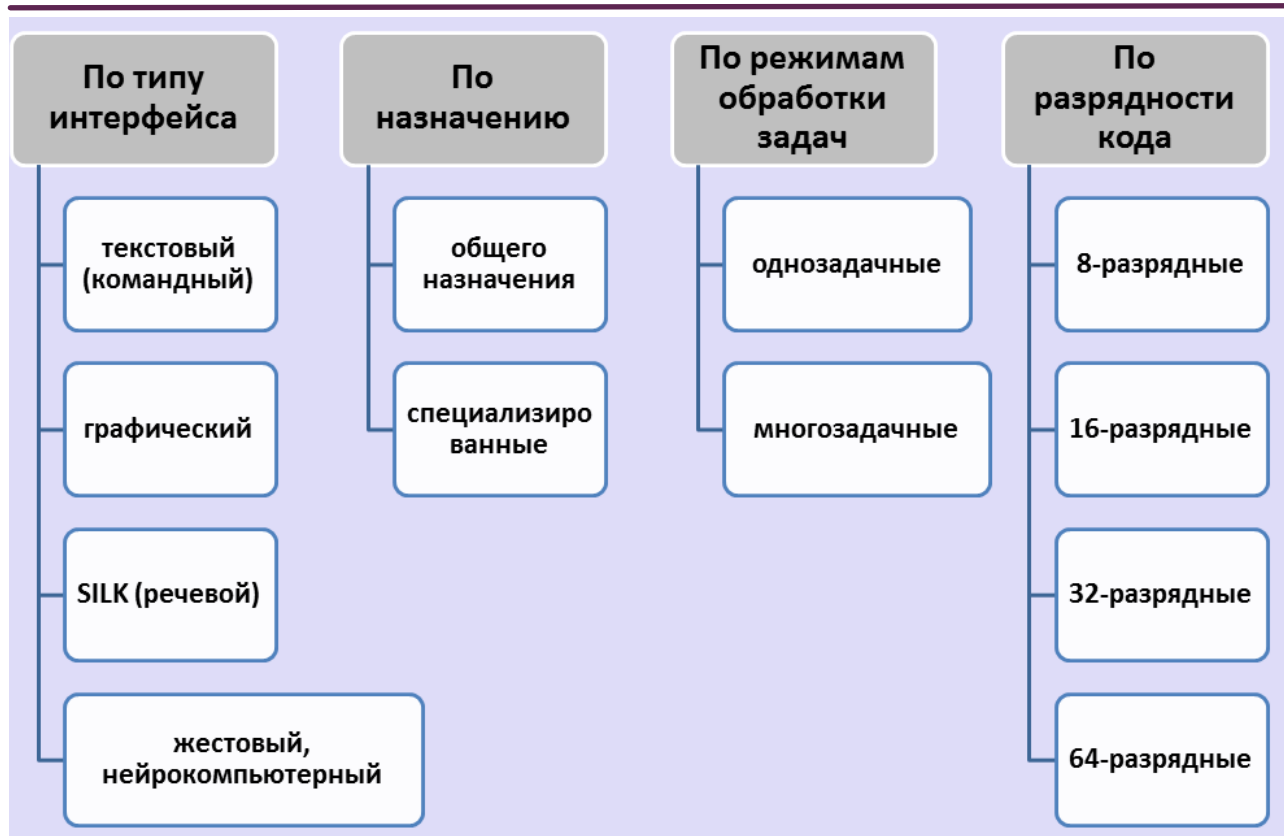


Рисунок 2 – Классификация операционных систем

Настоящая статья посвящена операционным системам специализированного назначения, а в частности, операционным системам реального времени.

Операционная система реального времени ОСПВ (Real Time Operating Systems – RTOS):

- должна реализовать заданные временные параметры: интервалы времени между событиями и откликами или заданную частоту приема внешних данных и выдачи результатов;

- способна выполнять несколько задач одновременно.

Эти требования определяются областью применения операционных систем реального времени:

- бортовое и встраиваемое оборудование (военное, космическое оборудование – летательные аппараты и другие транспортные средства);

- промышленность (АСУП – автоматизированные системы управления производством, САУ ТП – системы автоматического управления технологическими процессами);

- товары широкого потребления (смартфоны, компьютеры, цифровое оборудование).

Сравнительная характеристика операционных систем общего назначения и реального времени приведена в таблице 1.

В зависимости от области применения и выполняемых задач операционные системы реального времени подразделяются на две группы:

- ОС жесткого реального времени;

- ОС мягкого реального времени.

Системы жёсткого реального времени не должны допускать задержек реакции системы, так как это может привести к авариям и катастрофам. В качестве примера можно рассматривать:

- бортовые ОСПВ;

- системы аварийной защиты;

- регистраторы аварийных событий.

Таблица 1 – Сравнение операционных систем

	ОС реального времени	ОС общего назначения
Основная выполняемая задача	Моментальная реакция на события, обрабатываемые оборудованием	Управление ресурсами компьютера: процессами, задачами, обеспечение человеко-машинного интерфейса
На что ориентирована	Обработка внешних событий	Обработка действий пользователя
Как позиционируется	Инструмент для создания конкретного аппаратно-программного комплекса реального времени	Воспринимается пользователем как набор приложений, готовых к использованию
Для кого предназначена	Квалифицированный программист-разработчик	Уверенный пользователь ПК

В системе мягкого реального времени задержка реакции не считается фатальной, она считается восстановимой ошибкой, которая не приведет к губительным последствиям. В качестве примера можно рассматривать работу компьютерной сети.

Перечислим основные функции операционных систем реального времени.

1. Управление задачами. Компьютерные программы в процессе выполнения делятся на отдельные фрагменты, называемые задачами. Основной сервис управления ими называется планировщик задач. Он осуществляет контроль над выполнением текущих задач, запускает новые в соответствующий период времени и следит за режимом их работы.

2. Динамическое распределение памяти. Заключается в том, что задачи используют определенные области оперативной памяти для временного использования их в работе приложений. Впоследствии в процессе работы эти области переходят от задачи к задаче, и таким образом осуществляется оперативная передача большого объема данных между ними.

3. Управление таймерами. Так как операционные системы реального времени предъявляют жесткие требования именно к временным рамкам выполнения задач, в состав ядра ОСРВ входит несколько сервисов, обеспечивающих управление таймерами для отслеживания лимита времени, в течение которого должна выполняться задача. Эти программные модули и задают различные промежутки времени (от 1 мкс и выше), измеряют их, расставляют приоритеты, генерируют прерывания по истечении временных интервалов и создают разовые и циклические будильники.

4. Взаимодействие между задачами и синхронизация: обмен информацией и обеспечение её сохранности. Программные фрагменты согласовывают между собой свою работу для повышения эффективности.

5. Контроль устройства ввода-вывода. Программные модули этой группы служат для обеспечения согласованной работы общего программного интерфейса, взаимодействующего драйверами внешних устройств, которые являются типичными для большинства встроенных систем.

В наши дни современное общество уже не представляет существование без встроенных систем. Встроенные системы используются не только в военной, космической промышленности (системы управления полетом, навигационные системы, системы управления роботами-марсоходами и т.п.), но и в повседневной жизни, они являются неотъемлемой частью современной экономики: кардиостимуляторы, компьютерная томография, навигация GPS, телевизоры, офисная техника, телекоммуникационная аппаратура, смартфоны, промышленные микроконтроллеры и многое другое. Исходя из этого, можно сделать вывод, что операционные системы реального времени – перспективная область развития науки, экономики и промышленности.

Литература/источники:

1. И. Б. Бурдонов, А. С. Косачев, В. Н. Пономаренко "Операционные системы реального времени", препринт Института системного программирования РАН, 2006 г.

2. Семенюк В. "Системы реального времени". – Режим доступа: http://embedded.ifmo.ru/embedded_old/ETC/REFERAT/1998_1/HTMLRTOS/rtos97.htm.

3. Операционные системы реального времени для микроконтроллерных систем. Бурмистров А.В., Филин И.В. // Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 87-88.

Захарова Елизавета Александровна,
студентка 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
zaharova.liza.1999@mail.ru

Пудовкина Ольга Евгеньевна,
научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
olechkasgeu@mail.ru

КРЕАТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ КАК ФАКТОР СИНЕРГИИ НА РАЗЛИЧНЫХ УРОВНЯХ

Аннотация. В статье представлены варианты креативных маркетинговых решений для управления брендом компании. Подробно рассмотрено понятие «интегрированные маркетинговые коммуникации». Акцентировано внимание на планировании кампании интегрированных бренд-коммуникаций. Выделены шесть основных моделей организации внутренней структуры с точки зрения особенностей ее коммуникативного воздействия.

Ключевые слова: бренд-коммуникации, ИМК, серийные сообщения, эффект синергии.

Традиционно специалисты по маркетингу выделяют такие виды маркетинговых коммуникаций, как коммуникации идентификаторов бренда, коммуникации в местах продаж товара или в местах предоставления услуг под данным брендом, стимулирование сбыта, прямая реклама и связи с общественностью, событийный маркетинг и спонсорство, выставочная коммуникационная деятельность, Product Placement и т.д. Однако в последние годы за счет усложнения технологий high-tech и high-hume, изменения возможностей традиционных медиаканалов, развития Интернета версий Web 2.0 и 3.0, а также других новых медиа этот список заметно расширился, и границы между теми коммуникациями, которые были четко определены, стали размытыми. Размывание этих границ постепенно стало реальностью и для специалистов по маркетингу. Данному процессу способствует, в частности, активное внедрение различных форм партнерского взаимодействия компаний со СМИ для создания разнообразных материалов типа advertorial, тематических рубрик, специальных проектов и программ, которые приводят к внедрению информации маркетингового характера в редакционный контент статей и передач, подстройке под интересы компаний аналитических обзоров, развлекательных и игровых проектов СМИ.

Одним из катализаторов изменений более или менее упорядоченного маркетингового ландшафта является также активное использование в целях продвижения брендов коммуникаций в малых и средних группах через проведение флешмобов, организацию бренд-сообществ, генерирование самоорганизующихся информационных потоков в социальные медиа, которые можно с равной вероятностью относить сразу к нескольким видам коммуникаций.

Наконец, дополняет эту ситуацию новая разновидность проникновения бренд-коммуникаций в социальную среду – так называемый брендированный контент, т.е. информационно-развлекательный контент, созданный по собственной инициативе компании – владельца бренда, который на первый план выдвигает не маркетинговые задачи, а задачи медийного, игрового или шоу-бизнеса. Бренд предлагает тем самым не товар или услугу как таковые, а развлечение, увлекательное занятие или полезную информацию. За счет высокой релевантности такого контента интересам потребителя удастся преодолеть сложившийся стереотип избегания контактов с информацией о бренде как со сведениями рекламного или PR-характера. Координация разнообразных коммуникаций бренда, нацеленных на различные аудитории в сложных условиях современного комму-

никационного пространства, – одна из сложнейших задач управления брендом. Предполагается, что именно координированные усилия должны приводить к так называемому эффекту синергии. Его суть состоит в том, что воздействие комплекса различных, но хорошо согласованных друг с другом (интегрированных) коммуникаций представляет собой нечто большее, чем сумму воздействий отдельных составляющих этого комплекса. Сохраняя единое позиционирование и идентичность бренда, поддерживая и развивая его имидж в рамках каждого целевого сегмента, различные маркетинговые коммуникации, направляемые и самостоятельно развивающиеся по множеству каналов, способны взаимно усиливать друг друга в восприятии потребителей. Этому вопросу посвящено немало исследований зарубежных и российских авторов.

Американская ассоциация рекламных агентств придерживается следующего определения понятия интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). ИМК – это концепция планирования маркетинговых коммуникаций, исходящая из необходимости оценки стратегической роли их отдельных видов (рекламы, стимулирования сбыта, PR и т.д.) и оптимального их сочетания для обеспечения четкости, последовательности и поиска максимизации воздействия коммуникационных программ посредством непротиворечивой интеграции всех обращений.

В ряде исследований вопрос об интеграции коммуникаций и эффекте синергии поднимается в аспекте согласования/рассогласования, взаимного понимания/непонимания, дублирования/взаимного дополнения, а также конфронтационной дружественной деятельности различных структурных подразделений одной компании или нескольких компаний, объединенных проектом ИМК. Часто встречается конфликт интересов структурных подразделений, связанный с неоптимальным распределением функциональных обязанностей и различием методов мотивации работы персонала. Подразделения оказываются просто незаинтересованными в поиске комплексных интегрированных решений. Эта мысль ясно проводится, в частности, в работе Л. Перси и Р. Эллиота [5].

Кроме того, авторы придают особую значимость еще одному фактору интеграции – поддержке единства «образа и настроения бренда» в разнообразных коммуникациях. Вместе с тем в своей исследовательской работе Л. Перси и Р. Эллиот не конкретизируют этот фактор и уделяют внимание интеграции только таких видов бренд-коммуникаций, как реклама.

Дифференцированный подход к процессу стратегического планирования предлагает американский исследователь К. Келлер, развивая уже известную идею оптимизации коммуникационных миксов. Для максимальной эффективности программ коммуникаций брендов он предлагает подбирать оптимальное сочетание различных вариантов, используя следующие шесть критериев их согласования [3]:

- 1) степень охвата;
- 2) вклад;
- 3) совместимость;
- 4) взаимодополняемость;
- 5) разнонаправленность воздействий;
- 6) стоимость (принцип создания оптимального коммуникационного микса).

Несколько по-иному расставляет акценты в своих исследованиях С. Мориарти. Она уделяет примерно равное внимание трем основным этапам действий, на которых происходит интеграция:

- этап стратегических разработок и планирования кампании как единого целого; – этап налаживания концептуальных связей между вариантами креативного исполнения различных сообщений;

- этап согласованного использования традиционных и нетрадиционных каналов коммуникации.

Основываясь на привлечении данных современных когнитивных наук, С. Мориарти предложила модель «круга синергии» (концепт, аудитория, каналы коммуникации). Она предусматривает единство решений по согласованным друг с другом, но разнообразным и повторяющимся сообщениям, которые направляются аудитории через подходящие для нее каналы. При таком четком согласовании содержания сообщений аудитория воспринимает нужную информацию о бренде даже при невнимательном контакте и фрагментарной обработке.

Особый подход к планированию коммуникаций как единого потока, исходящего от бренда, представлен в монографии Д. Шульца и Б. Барнса. Авторы указывают на необходимость планировать продвижение бренда с потребительской точки зрения [2].

В своей работе Л. Перси и Р. Эллиот продемонстрировали следующее. Изолированное использование стимулирования сбыта приводит к резкому повышению объема продаж на короткий промежуток времени и к быстрому падению его в периоды без стимулирования. Только совместное использование рекламы и стимулирования сбыта позволяет создать более позитивное и постоянно возрастающее эффективное воздействие на продажи. В процессе планирования они рекомендуют занимать позицию не специалиста, понимающего различие коммуникационных технологий, а наивного потребителя. Они предлагают различать сообщения бренда и стимулы бренда. Сообщение бренда – это то, что продавец хочет, чтобы потребитель понял и запомнил о его товаре/услуге, данные, которые потребители обрабатывают и накапливают. Стимул бренда – это то, что компания хочет, чтобы потребитель сделал в отношении товара/услуги. Вопрос о том, что подойдет для планирования бренд-коммуникаций – сообщения или стимулы – является, с точки зрения этих авторов, стратегическим. Тактический вопрос – то, как можно будет передать это сообщение или стимул. Помимо противопоставления сообщений и стимулов бренда они учитывают фактор времени: краткосрочный (в течение одного года) или долгосрочный отклик. Планирование кампании интегрированных бренд-коммуникаций тем самым предполагает разработку таких взаимосвязанных предложений, которые смогут заполнить все четыре квадранта матрицы бренд-коммуникационного планирования: «краткосрочные сообщения бренда», «краткосрочные стимулы бренда», «долгосрочные сообщения бренда», «долгосрочные стимулы бренда».

В своем исследовании мы ставим целью осветить ту составляющую интеграции коммуникаций, которая была лишь затронута в дискуссиях других авторов, но глубоко не исследовалась. Речь идет о применении принципов интегрированных коммуникаций не к стратегии выбора каналов и инструментов коммуникации, а к креативной стратегии. Для начала попытаемся систематизировать основные этапы воздействия составляющих бренд-коммуникации на основе уровневой модели коммуникативного воздействия.

По аналогии с тем, как принято выделять уровни в структурной лингвистике и ряде других научных сфер, мы предлагаем ориентироваться на размер и тип коммуникативных единиц, которые используются в бренд-коммуникациях, вступая во взаимодействие друг с другом и образуя единицы более высокого уровня с более или менее четкой внутренней структурой. Следует заметить, что профессиональный рекламист – разработчик кампании сначала оперирует представлениями о ней как о целостной коммуникативной единице, в рамках которой на последующих этапах разработки будут проясняться и конкретизироваться более мелкие составляющие. Потребитель (адресат коммуникации), наоборот, сначала воспринимает отдельные коммуникативные элементы – изображение, слово, фразу или музыкальный фрагмент, а затем, переходя от одного элемента сообщения к другому элементу в рамках кампании, достраивает единое коммуникационное целое, источником которого воспринимается не автор, а продвигаемый бренд. Разумеется, мы обрисовали идеальную картину, а в действительности в этом процессе в деятельности как адресанта, так и адресата могут наблюдаться разнообразные коммуникативные ошибки и неудачи. Итак, если двигаться от единичных и простых контактов потребителя с фрагментами сообщений и

целыми сообщениями о бренде ко все более многообразным и сложным, то можно выделить пять основных уровней. 1. На первом уровне эффект синергии должен обеспечиваться за счет взаимодействия различных структурных частей одного сообщения, вербальных и невербальных его составляющих, а также составляющих, воздействующих на разные сенсорные каналы восприятия человека.

2. На втором уровне эффект синергии должен обеспечиваться при взаимодействии серии различных сообщений, включенных в кампанию по продвижению бренда через медиаканал или носитель, имеющий специфические особенности представления в нем информации и четко выделяемый потребителями в ряду других носителей (например, либо телевидение, либо пресса, либо интернет-видео, либо баннерная/поисковая реклама в Интернете, либо обсуждение на вечеринке/празднике в противоположность обсуждению на форуме или в социальной сети). Единство серии сообщений, распространяемых по одному и тому же или очень сходному с ним медиаканалу, легко воспринимается потребителями. Речь не идет о том, что потребитель запомнит, где конкретно он контактировал с каким-либо сообщением. Между тем если он встретит другое сообщение той же кампании на том же типе носителя, то ему будет легче установить связь между ними в своем восприятии.

3. На третьем уровне следует контролировать то, каким образом обеспечивается эффект синергии при объединении в восприятии потребителей информации, которую они получают на разных носителях, особенно на тех, которые используют принципиально различные формы и объемы представления информации, предполагают разные типы информационного потребления и, соответственно, оказывают разное воздействие на респондентов. В этих случаях речь идет о мультимедийном типе кампании, в которой важно отследить, четко ли задана и воспринимается ли потребителями связь сообщений, иными словами поддержана ли структурная связь между ними и создана ли в восприятии потребителя именно серия сообщений. В противном случае можно предположить, что компания ведет параллельно две или более независимые кампании, не связанные в восприятии потребителя в единое целое.

4. На четвертом уровне эффект синергии возникает тогда, когда на единой основе в продвижении задействуются ресурсы различных коммуникационных элементов маркетинга, каждый из которых, как правило, решает свои специфические задачи. Другими словами, различие этих сообщений не сводится к различию используемых носителей и форм подачи информации, характеру ее воздействия, степени ее детализации. Оно носит более глубокий характер, определяется на уровне целеполагания (например, имиджевые или стимулирующие быстрый покупательский отклик инструменты, персонально ориентированные или массовые, внешние или внутренние коммуникации в социальной группе и т.п.). В этом случае правильнее было бы говорить не о серийном характере сообщений, а о комплексе обладающих семейным сходством сообщений (бренд как общий источник коммуникации, многообразные «родственные» связи информации, представленной в разных сообщениях, узнаваемый язык бренда и стиль его коммуникаций).

5. На пятом уровне эффект синергии должны обеспечивать решения интегрированного маркетинга, которые обеспечиваются различными структурными подразделениями компании. Иными словами, согласованное воздействие на адресатов должны оказывать маркетинговые коммуникации и те элементы, которые традиционно не принято относить к коммуникационным (свойства товара, его цена, места продаж, поведение представителей компании или торгового персонала), хотя они, безусловно, также способны выступать важными для потребителей носителями информации [4].

В результате проведенного анализа комплексных кампаний удалось существенно расширить первоначальную классификацию и выделить шесть основных моделей организации внутренней структуры с точки зрения особенностей ее коммуникативного воздействия.

1. Модель параллельного воздействия сообщений с возможностью предъявления их в свободном порядке (при этом медиаплан может предусматривать предъявление потребителю всего набора сообщений или только какой-то произвольной их части).

2. Модель параллельного воздействия сообщений с возможностью предъявления их в свободном порядке, но с использованием одного обобщающего всю серию сообщения. Как правило, такая модель удобна для предъявления ассортиментного ряда товаров или услуг, но встречается и в других случаях.

3. Модель последовательного поэтапного воздействия с полностью линейно упорядоченными сообщениями. В этой модели каждое последующее сообщение не будет предъявлено до тех пор, пока целевая аудитория не обработала информацию предыдущего сообщения и не подверглась запланированному на данном этапе воздействию.

4. Модель последовательного поэтапного воздействия с частично линейно упорядоченными сообщениями.

5. Циклическая модель воздействия, в которой могут частично использоваться фрагменты одной из предыдущих моделей для организации более частных серий.

6. Модель совмещенного последовательного и параллельного воздействия. По этой модели комплексное параллельное воздействие может запускаться также через разные каналы коммуникации и использовать разные технологии информирования, эмоционального воздействия и построения взаимоотношений. Таким образом, рассмотренные модели позволяют оказывать воздействие на потребителя, которые быстрее формирует осведомленность о бренде, создает впечатление его широкой известности и социального одобрения бренда.

Литература/источники:

1. Арланцев А.В., Попов Е.В. Синергизм коммуникационного инструментария // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – №1.

2. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. – СПб.: Питер, 2011.

3. Келлер К.Л. Стратегический брэнд-менеджмент. – М.: Вильямс, 2015.

4. Леонов А.И. Интеграционный маркетинг: новая форма управления рыночной деятельностью и ее актуальность для России // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – №1.

5. Перси Л., Эллиот Р. Стратегическое планирование рекламных кампаний. – М.: ИД «Гребенников», 2018.

Зелепухина Алина Вячеславовна,

студентка 2 курса среднего профессионального образования,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,

г. Сызрань

lina.mirova.02@mail.ru

Моисеева Татьяна Алексеевна,

к. и. н., ст. преподаватель кафедры
социально-экономических дисциплин,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,

г. Сызрань

t-nekst@mail.ru

ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЕ

Аннотация. В данной статье рассматривается одна из актуальных проблем, освещаемых разного рода периодическими и интернет изданиями – экологическая. Прослеживается историческое развитие внимания к данной теме со стороны региональных средств массовой информации и общественности. Основное содержание исследования составляет анализ различных аспектов, освещаемых журналистами.

Ключевые слова: региональная пресса, экологическая проблематика, мусороперерабатывающие заводы, бытовые отходы.

В последнее время в обществе накопилось огромное количество экологических проблем, множество из которых связаны с недостаточной информированностью населения. Люди должны получать объективные данные о том, какую угрозу их здоровью и благополучию несет воздействие на окружающую среду. Общество имеет право знать, какие меры принимало в прошлом, и принимает сегодня государство для поддержания экологической безопасности населения. Роль информатора в вопросах экологии, как и во многих других, ложится на средства массовой информации. От качества работы журналиста во многом зависит осведомленность населения в вопросах охраны окружающей среды, а также уровень экологической культуры в обществе, ведь СМИ выполняют не только информационную, но и воспитательную функции.

Цель исследования – выявление и анализ направленности освещения в местных печатных изданиях экологических вопросов, и их роли в решении данной проблематики.

Объект исследования – региональные средства массовой информации.

Предметом исследования является анализ экологической тематики СМИ в историческом развитии.

Задачи научной работы заключаются в том, чтобы:

- выяснить направленность работы региональной прессы по освещению экологической проблематики;
- исследовать печатные периодические издания города Сызрани в целях определения количества, качества и тематической направленности публикуемой информации по решению экологических вопросов.

Исследовательский анализ различных публикаций за 2019 год, показал, что самой обсуждаемой темой, является так называемая «мусорная реформа», которая призвана направить систему обращения с отходами жизнедеятельности человека, в цивилизованное, безопасное для окружающей среды русло: ликвидировать незаконные свалки, построить мусороперерабатывающие заводы и полигоны твердых бытовых отходов, современного уровня. Экологическая проблематика утилизации мусора на сегодняшний день является глобальной задачей не только для представителей органов исполнительной власти различного уровня, но и для специалистов данного направления, а также обычных жителей больших и малых городов России. Это одна из актуальных проблем, освещаемых различными периодическими и интернет изданиями Самарской области и г. Сызрани. Мусорные контейнеры переполнены не только у многоквартирных домов, но и по частному сектору. Это грубейшее нарушение может привести к катастрофе крупных масштабов. В составе бытовых отходов содержится органика. Со временем органические соединения начинают разлагаться, гнить, выделяя большое количество химических элементов. Кроме того, во время гниения органики, выделяется жидкость, содержащая множество патогенов (грибков, вирусов и бактерий). Вследствие этого загрязняется не только воздух, но и почва. Страдает санитарно-эпидемиологическое состояние района и города в целом [1].

История города Сызрани насчитывает более 335 лет, время идет, а складывается такое ощущение, ничего не меняется! Если пролистать периодическую печать начала XX века, то проблематика публикаций та же. Из номера в номер газеты рисуют нам в своих рубриках «Местная жизнь», «Хроника», «По уезду» привычную для провинциального города жизнь. Вот что пишут местные журналисты того периода. «Едиственный, кажется, город это Сызрань, в котором до такой степени отсутствует опрятность и чистота. Пыль на главной улице невообразимая, ближайšie к Большой улице переулки вымощиваются щепками и прочими остающимися после построек мусором... Мусор...свободно сваливается у Кляровича во двор...» [2, с.2], «В 20-х числах мая был обнаружен сток зловонных нечистот на обрыв р. Крымзы вблизи казначейства» [3, с.3], «С наступлением весны оттаяли и обнаружили все клоаки и очень

грозят интересам общественного здоровья. На улицах грязь и навоз до сих пор не очищены, а улицы уже пылят. ... В самом центре города, на новом хлебном базаре, зимою валили навоз, его теперь залило водою, и он будет там гнить, и разлагаться целое лето и отравлять воздух. Из болота мужики будут брать воду, поить ею лошадей. То-то они будут благодарны отцам города, когда лошади-животы будут изводиться. Есть комиссия по благоустройству города, вот она, как кажется, занята проектами высших соображений: приближением реки Волги или чем-то в этом роде, только не благоустройством. Рассадник дизентерии, таким образом, останется в неприкосновенности в центре города, рядом с Большой улицей. А что же будет, если холеру Бог пошлет! ... И как, благодаря таким условиям, не развиваться у нас оспе, дифтериту, дизентерии и проч. «язвам здешних мест»! Врачи в думе об этом антисанитарном состоянии города говорили, а что же они могут сделать, чтобы болезней не было...» [4, с.3], «...Кто не знает, например, что весь город, кроме Большой улицы, утопает в грязи, что «египетская тьма» царит не только на окраинах, но и на всех дальних улицах города...» [5, с.3], «Местные жители жаловались на дурное санитарное состояние города и упрекали при этом врача Граверского, наблюдавшего за этим» [6, с.2].

Встречаются и публикации о наказаниях за экологические правонарушения. «За не очистку .. 18 августа уездным съездом утвержден приговор городского судьи 1 уч. г. Сызрани, коим Парфенова была оштрафована на 25 руб., или аресту на 2 недели ... За антисанитарию ... чайной и кухмистерской в 1 части Иван Титов оштрафован за грязное содержание своего двора и чайной на 150 руб. или аресту на 1,5 месяца. Титов внес 150 руб. Содержат. бокал. лавки по Большой ул. кр. Анна Курочкина за грязное содержание съестных припасов оштрафована на 20 р. или аресту на 10 суток. Торговка Мария Белова за тоже – на 10 р., или аресту на 1 неделю» [7, с.3].

В ранний советский период освещение вопросов окружающей среды и санитарного состояния города отодвигаются внутри и внешнеполитическими событиями со страниц периодических изданий, таких как «Красный октябрь», менявший свое название: «Товарищ», «Известия Сызранского Совета», «Алый путь», «Сызранский коммунары», а с 1922 по 1991 – «Красный октябрь». Однако удается найти брошюру «Золото в мусоре», 1928 г., автор Ф. Могила, в которой ведется разъяснительная работа с населением по вопросу переработки утилизационного сырья. «Чем больше мы снабдим наши фабрики сырьем, полученным на местах из ненужных нам отходов и отбросов, тем больше фабрики вырабатывают полезных и необходимых товаров, тем скорее сократится недостаток в промышленных товарах. Чем больше мы соберем утилизационного сырья, тем больше мы сумеем, после насыщения наших фабрик и заводов, вывезти за границу, где уже давно ряд текстильных и бумажных фабрик работают исключительно на утильсырье» [8, с.9].

В более поздний период 50-х годов XX века периодические издания Сызрани и Куйбышевской области такие как «За коммунизм», «Знамя коммунизма», «Красный октябрь», «Самарские ведомости» и т. д. более всего интересуют темы пятилеток и выполнения плана, строительство заводов. Экологические аспекты рассматривались исключительно в контексте социализма. Материалы, повествующие о экологическом состоянии, находились под жестким контролем и были доступны только для служебного пользования. Если же такая информация доходила до массового читателя, то вина перекладывалась на некоторых хозяйственников, несоответствующим образом выполняющих свои обязательства. Однако созданная в советское время стройная система сбора и переработки мусора, в которую были вовлечены все слои общества, действовала достаточно эффективно и считалась одной из самых передовых в мире. В то время города производили отходов намного меньше, к тому же состав их был другим. Стеклянные бутылки сдавали в специальные пункты приема стеклотары, пластиковых бутылок еще не было, да и в целом количество пластика и полиэтилена до 1990-х было несопоставимо с нынешним. Существовала исправно работавшая система пунктов приема утильсырья. Макулатуру сдавали, чтобы получить в обмен дефицитные книги (например, детективы и романы Дюма). Получалось, что мусор предельно сортировался, и на свалки его поступало гораздо меньше, чем сейчас. В

условиях централизованной экономики бывшего СССР затраты на сбор и предварительную переработку отходов относились на себестоимость продукции отрасли. Был налажен жёсткий учет драгметаллов, применяемых в промышленности, в частности в электронике. Во времена перестройки экологическая тема, также как и многие другие, освободилась от цензурного гнета и стала доступной для массового читателя. Издания стали освещать такие проблемы, о которых до этого приходилось молчать. Всплеск публикаций пришелся на постперестроечное время. Только в централизованной библиотечной системе г. Сызрани представлено порядка 28 работ, датированных 2000–2005 гг., среди которых «Построим полигон: (О городской свалке, необходимости организации нового полигона для захоронения твердых бытовых и промышленных отходов)», Дернова Е., Волж.вести. – 2000. – 29 авг. – с.2., «Быть Сызрани чистым городом?: (Экология Сызрани)», Федорова А., Волж.вести. – 2002. – 16 апр. – с.1., «С такими свалками не стать бы сталкерами: (Как нам изменить "свалочную" психологию)», Чугай О., Сызрань. – 2003. – N 6. – с.8.

Сейчас, в современном мире, существует огромное количество электронных версий газет и журналов, таких как MY*SYZRAN – с местной, проблематикой или сайт ЕСО63 – региональной. Онлайн-газеты стали неотъемлемой частью жизни современного человека. На страницах периодических изданий и на сайтах обсуждаются такие проблемы как: «Вопросы укрепления и благоустройства береговой линии г.о. Сызрань в центре внимания губернских парламентариев», «Сызрань оказалась на 76 месте по загрязненности атмосферного воздуха», «В ходе акции "Чистый город" молодежь Самары убрала 20 тонн мусора» [9].

На официальном сайте Администрации городского округа Сызрань размещены, такие публикации как: «Экологический урок «право на благоприятную окружающую среду», «Экология – путь к пониманию природы», «Экологическая премия «ЭКО-МОЛ»», «Осуществление мониторинга атмосферного воздуха на территории городского округа Сызрань», «Мусорный вопрос: Как в Сызрани борются со свалками», которая и стала самой обсуждаемой темой. Со стороны органов исполнительной власти публикуются разъяснения проводимой правительством реформы по поводу размера тарифов и системы расчетов, а также территориальных схем обращения с отходами такие как: «С 1 января 2019 года в Самарской области к работе приступит региональный оператор ООО «ЭкоСтройРесурс», в обязанности которого входит сбор, транспортировка, обработка, утилизация, обезвреживание и утилизация твердых коммунальных отходов ... региональное правительство установило тариф для регионального оператора ООО «ЭкоСтройРесурс» – 598,16 рубля за один кубометр мусора. С 1 июля – 627,25 рубля. Исходя из этого тарифа, каждый житель должен платить по 117 рублей, а с июля – 123 рубля» [12]. Со стороны читателей широко обсуждается не только увеличение платежей, но и изменение в порядке расчета нормативов, которые для «Самары, Тольятти, Сызрани, Жигулевска, Кинеля, Новокуйбышевска, Отрадного, Похвистнево и Чапаевска ... рассчитываются, исходя из площади жилья. Норматив установили в размере 0,091 кубометра на один квадратный метр» [13]. И если изначально от жителей шел шквал жалоб на сроки уборки контейнерных площадок, то после получения первых квитанций – уже на размеры платежей. Одни просто не поняли, почему тариф вырос с 1,2 до 4,45 рубля за квадратный метр, а ничего не изменилось. Другие жаловались на саму систему, ссылаясь на то, что мусорит человек, а не квадратный метр [14]. Желая видеть свой родной город чистым, благоустроенным, и безопасным жители Сызрани активно участвуют в сборе подписей против, проводимой подобным образом реформы. Средства массовой информации на сегодняшний момент времени стали своеобразной площадкой для диалога между властью и ответственностью по решению, казалось бы, мелкого, ничтожного, недостойного внимания государственных деятелей вопроса, но столь важного для простых граждан.

Таким образом, СМИ играют важную роль в решении экологических проблем. По сути публикации, освещающие экологическую проблематику можно разделить на четыре тематических направления:

- Политико-правовое направление, в пределах которого аудитория получает информацию о влиянии законов и общественного устройства на экологию окружающей среды.
- Познавательное направление, которое выполняет задачу по экологическому образованию населения.
- Биоэкономическое направление, популяризирующее рациональное использование экологических ресурсов.
- Экологизация нравственности – нравственно-эстетическое направление экологической журналистики [11, с. 71].

Литература/источники:

1. Симак, С. Мусорный вопрос: Как в Сызрани борются со свалками / С. Симак // – 2019. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mysyzran.ru>. [Дата обращения 11.05.2019].
2. Б/а. Хроника // Сызранское утро. 1907, № 24.
3. Б/а. Хроника // Волжские новости. 1909, № 10.
4. Б/а. Хроника // Волжские новости. 1910, № 47.
5. Б/а. Хроника // Волжские новости. 1911, № 1.
6. Б/а. Местная хроника // Сызранское утро. 1907, № 39.
7. Б/а. Хроника // Сызрань. 1911, № 186.
8. Могила, Ф., Золото в мусоре / Ф. Могила. – Самара: Средневожская коммуна, 1928.
9. Электрон. ресурс. – Режим доступа: <http://www.eco63.ru> [Дата обращения 10.05.2019].
10. Электрон. ресурс. – Режим доступа: <http://www.syzran-small.net>.
11. Цвик, В.Л. Введение в журналистику / В.Л. Цвик – Москва: Изд-во МНЭПУ. 2000.
12. Чернов, Р. Суть реформы не в мусоре, а в чистоте / Р. Чернов // Комерсант – 2019. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru> [Дата обращения 12.05.2019].
13. Б/а. «Мусорная реформа»: есть вопросы, нет ответов // – 2019. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.daylit.ru> [Дата обращения 8.05.2019].
14. Б/а. «Потерпите месяц»: регоператор объяснил сбой с вывозом мусора из самарских дворов // – 2019. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.63.RU> [Дата обращения 12.05.2019].

Коваленко Никита Александрович,
студент 2 курса направление «Юриспруденция»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
kn-201100@mail.ru

Красноруцкий Игорь Яковлевич,
научный руководитель, преподаватель
кафедры социально-экономических дисциплин,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
igor.krasnoruckii@mail.ru

КОМПЛЕКСНАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ ПРИ ИЗБЫТОЧНОМ ВЕСЕ ТЕЛА

Аннотация. В статье аргументирована актуальность проблемы лишнего веса для современного общества. Ожирение приводит к значительному снижению работоспособности, ухудшению самочувствия и настроения, риску приобретения других заболеваний. Для выполнения задания комплексной реабилитационной программы автор предлагает постепенную программу снижения веса с акцентом на

физические упражнения по оздоровительной аэробике в рамках занятий по физической культуре в высших учебных заведениях.

Ключевые слова: *ожирение, лишний вес, здоровье, лечебная физическая культура, оздоровительная аэробика, дозированная ходьба, дозированный бег.*

Проблема лишнего веса – одна из актуальных в процессе онтогенеза. По последним оценкам Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), более одного миллиарда человек в мире имеют лишний вес. Эта проблема актуальна для населения планеты независимо от социальной и профессиональной принадлежности, зоны проживания, возраста и пола. В экономически развитых странах почти 50% населения имеют избыточный вес, из них 30% страдают ожирением. В России в среднем 30% людей трудоспособного возраста имеют ожирение и 25% населения имеют избыточную массу тела. С каждым годом увеличивается число детей и подростков, страдающих ожирением. ВОЗ рассматривает ожирение как глобальную эпидемию, охватывающую миллионы людей [1].

Ожирение приводит к значительному снижению работоспособности, ухудшению самочувствия и настроения, риску приобретения других заболеваний. С увеличением веса растет статическая нагрузка на опорно-двигательный аппарат (суставы нижних конечностей, позвоночник), возникают артрозы коленных и тазобедренных суставов, плоскостопие, грыжи межпозвоночных дисков, разрастание остеофитов (остеохондроз). Ожирение может быть основой функциональных нарушений деятельности нервной системы и вызывать ослабление памяти, головокружение, головные боли, сонливость днем и бессонницу ночью. Возможно также возникновение депрессивного состояния: жалобы на плохое самочувствие, изменчивость настроения, постоянную вялость, сонливость, одышку, боли в области сердца, отеки конечностей и т.д. [2].

Традиционный медикаментозный подход к решению проблемы не всегда эффективен, так как способен вызывать побочные действия в виде токсических и аллергических реакций. Поэтому специалистов привлекают различные немедикаментозные средства реабилитации, такие как аэробика, лечебная физическая культура, массаж, мануальная терапия, физиотерапия и другие [3, 4].

В высших учебных заведениях целесообразно начинать с внедрения программы физической реабилитации, которая состоит из модифицированного комплекса лечебной физической культуры, что содержит упражнения по оздоровительной аэробике. Программа направлена на максимальное восстановление функциональных расстройств сердечно – сосудистой, эндокринной, иммунной систем, психоэмоциональной сферы, повышение работоспособности взрослого населения [5].

Лечебная физкультура (ЛФК) назначается во всех доступных формах, подбор упражнений должен соответствовать возрастным и индивидуальным особенностям студентов, чтобы оптимально обеспечивать повышенные энергозатраты [6]. Применяются такие формы ЛФК: лечебная гимнастика (ЛГ) с привлечением крупных мышечных групп, дозированная ходьба (ДВ) в сочетании с дыхательными упражнениями, дозированный бег (ДБ), самомассаж, оздоровительная аэробика, спортивные игры, активное использование тренажеров. Медленные и динамические движения, завершающиеся удержанием статических положений в конечной точке амплитуды движений, более эффективны для развития гибкости, чем маховые и упругие. Упражнения оздоровительной аэробной гимнастики влияют на соматическую и психическую сферы человека, повышают бодрость и способствуют приобретению уверенности в своих способностях. Если человек активно, целенаправленно участвует в восстановлении своих двигательных функций, это укрепляет его стремления, вызывает положительные эмоции, которые постепенно вытесняют из подсознания негативные [7].

Комплексная программа физической реабилитации должна быть направлена на восстановление гибкости (стретчинг) и развитие подвижности в суставах, гармоничное и естественное воспроизводство, укрепление систем и функций всего организма [8].

Программа не должна быть нацелена на быстрое снижение веса, так как это может привести к еще большему набору веса после прекращения занятий физической культурой. Для студенток с лишним весом рациональным считается снижение веса на 1-2 килограмма в месяц [9].

Таким образом проблема лишнего веса – одна из самых актуальных в процессе онтогенеза. Этот патологический процесс охватывает функциональное состояние органов и систем, от которых зависит двигательная активность, трудовая активность и формирование здоровой психики. При ожирении возрастает степень риска возникновения сложных и опасных для жизни заболеваний.

Для выполнения задания комплексной реабилитационной программы – увеличения двигательной активности целесообразно предложить комплекс лечебной физической культуры, включающий упражнения оздоровительной аэробики, направленные на восстановление гибкости и развитие подвижности в суставах, гармоничное и естественное воспроизводство, укрепление систем и функций всего организма.

Основные направления в комплексе физической реабилитации следующие:

а) комплекс лечебной физической гимнастики – ежедневно на протяжении от 45 до 60 минут;

б) групповые занятия оздоровительной аэробикой – 3 раза в неделю по 45 минут;

в) курс лечебного массажа при лишнем весе;

г) дозированная ходьба в любую погоду;

д) утреннюю гимнастику целесообразно заменить оздоровительным комплексом "Стретчинг";

е) рекомендации для коррекции пищевого поведения:

- число приемов пищи не менее 4-5 раз в день;
- постепенное уменьшение объема калорийных блюд;
- при дополнительном приеме пищи употреблять низкокалорийные блюда из овощей, фруктов, нежирные молочные продукты;
- не есть за компанию или в плохом настроении;
- перед едой выпить 250 мл теплой воды;
- есть не спеша;
- при непреодолимом желании съесть высококалорийную пищу, лучше сделать это в утреннее или дневное время;
- вести пищевой дневник, в который тщательно записывать свой рацион.

Литература/источники:

1. Проблема ожирения в современном мире. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.medkirov.ru/site/LSP180B0B> (Дата обращения: 20.03.2020)
2. Матвеева М. В., Самойлова Ю.Г., Жукова Н.Г. Ожирение и когнитивная дисфункция // Ожирение и метаболизм. 2016. № 13(3). С.3 – 8.
3. Вайнер Э.Н. Лечебная физическая культура (для бакалавров) / Э.Н. Вайнер. – М.: КноРус, 2017. – 480 с.
4. Горцев Г. Ничего лишнего. Аэробика. Фитнес. Шейпинг. – М.: Феникс, 2004. – 256 с.
5. Зайцева И.А. Фитнес против ожирения. -М.: Феникс, 2010. – 316 с.
6. Маргазин В.А. Лечебная физическая культура (ЛФК) при заболеваниях желудочно-кишечного тракта и нарушениях обмена / В.А. Маргазин. – СПб.: СпецЛит, 2016. – 112 с.
7. Мошков, В.Н. Лечебная физическая культура в клинике нервных болезней / В.Н. Мошков. – М.: Медицина, 1997. – 288 с.
8. Физическая реабилитация: Учебник для студентов высших учебных заведений. под общей редакцией профессора С.Н. Попова. Г. Ростов-на-Дону: «Феникс». 2005. -602 с.

9. Смайлова С.А. Оценка эффективности шейпинга в коррекции массы тела женщин первого зрелого возраста с различными личностными особенностями. // Физическое воспитание и спорт. 2013. №3. С. 50 – 54.

Лихачёва Юлия Сергеевна,
студентка 2 курса, МГТУ им. Н. Э. Баумана,
г. Москва
Lady-isl@yandex.ru

Галаганова Светлана Георгиевна,
научный руководитель, к. филос. н., доцент, МГТУ им. Н. Э. Баумана,
г. Москва
23_polecat@mail.ru

ЦИФРОВАЯ ЛИЧНОСТЬ: ПОНЯТИЕ И КРИТЕРИИ ОПИСАНИЯ

Аннотация. *Статья посвящена рассмотрению понятийного содержания терминоида «цифровая личность» и критериям описания этого сравнительно нового и малоизученного социально-культурного феномена. Проведён сравнительный анализ основных трактовок терминоида, выявлены и систематизированы дескрипторы, наиболее актуальные для описания цифровой личности с точки зрения её коммуникативного поведения в цифровом пространстве.*

Ключевые слова: *цифровая личность, цифровизация, цифровая трансформация, терминоид, дескриптор, коммуникация.*

Наше время стремительно изменяет среду обитания человека – не только физико-химическую, но и информационную. Появившиеся во второй половине XX века цифровые источники информации экспансивно распространились, вытесняя бумажные, магнитные и прочие. Количество доступной человеку информации возрастает экспоненциально. При этом скорость её распространения превышает скорость её интерпретации реципиентом. Добавив к этому столь же стремительное развитие средств сбора и хранения данных, виртуализацию бизнеса и образования, мы получим представление о процессе, получившем название цифровой трансформации (этот термин мировое научное сообщество сегодня предпочитает более «грубой» цифровизации).

Самым существенным результатом и главной проблемой цифровой трансформации является формирование так называемого homo digitalis, или цифровой личности (ЦЛ). Этот, относительно новый, но уже достаточно распространённый, комплексный социально-культурный феномен сегодня исследуют информатика, психология, лингвистика и другие науки. Что же имеется в виду под цифровой личностью?

Прежде всего, следует отметить, что это – терминоид, т.е. недостаточно устоявшееся и неоднозначно трактуемое понятие, пока ещё не имеющее (в отличие от научного термина) чётких содержательных границ, а следовательно, и дефиниций. Его семантическое поле простирается от простой метафоры (человек, активно пользующийся информационными технологиями) до искусственно создаваемой информационной системы, имитирующей осознанное поведение живой личности (абстрактной или реальной). Между этими крайностями мы можем обнаружить и другие трактовки: совокупность всей информации о человеке в компьютерных сетях [1]; процесс и результат постоянной оцифровки персональных данных, к которым относятся индивидуальные потребности, деятельность, отношения, биография, личностные особенностей и привычки [2]; специалист по отбору необходимых данных в общем информационном потоке (digital man – новая профессия цифровой эпохи); человек, сведённый к электронному результату интеллектуальной деятельности и т. д.

Если попытаться обобщить всё это понятийное многообразие, то терминоид предстанет в двух основных семантических ипостасях: 1) ЦЛ как совокупность всей

информации о конкретном человеке, собранной по его «следам» в цифровом пространстве (так называемый цифровой профиль); 2) ЦЛ как «система взаимосвязанных данных, моделей и априорных механизмов вывода, которые позволяют имитировать процессы сознательной деятельности человека при работе с различными объектами предметной области и другими людьми». Это определение принадлежит доктору технических наук, директору НИИ наукоёмких коммуникативных технологий (Санкт-Петербург) Александру Бухановскому [3]. Другими словами, речь идёт об «активации» цифрового профиля, о том, чтобы заставить эти данные «работать» (что возможно на основе технологий искусственного интеллекта).

Предметом нашего анализа будет ЦЛ в первом значении – в значении цифрового профиля, поскольку знание о ЦЛ человека в настоящее время востребовано, на наш взгляд, намного больше, нежели конструирование искусственной ЦЛ. Интерес к последней пока что ограничен потребностями банков и других организаций, нуждающихся в создании искусственных переговорщиков (ботов) для call-центров, в то время, как цифровая информация о человеке в настоящее время всё более востребована криминалистами, педагогами, политологами, менеджерами, работниками СМИ и многих других отраслей, требующих обширных знаний о человеке как объекте воздействия.

Итак, под ЦЛ мы будем понимать всю совокупность информации, оставленной о себе человеком в электронном пространстве – в своих аккаунтах и постах, поисковых и иных запросах, подписках, историях просмотров, оценках информационных ресурсов («лайках»), публикации персональных данных, научном и художественном творчестве, следах от оплаты товаров и услуг банковскими картами и т. д.

Согласно закону, для научного исследования доступна только та часть ЦЛ, которая находится в открытых источниках. Но, как известно, IT-гиганты обходят закон, предлагая оферты на использование той или иной программной продукции, содержащие условия о согласии использования персональных данных. Сюда относится не столько паспортная информация, которая де факто уже находится в открытом доступе по причине регулярного деавуирования баз данных банков [4, 5], сколько сбор данных о геолокации, запросах, цифровых хранилищах персональных устройств, включая контакты и многое другое. Таким образом, сбор закрытых персональных данных вполне возможен сегодня не только для государственных органов, но и для крупных корпораций.

Однако для того, чтобы сделать ЦЛ востребованным рыночным продуктом, одного лишь сбора данных недостаточно. Необходимо разработать систему их описания на основе определённых качественных показателей – дескрипторов. При этом необходимо, чтобы дескрипторы описывали не только «статическую», но и «динамическую» сторону ЦЛ – особенности её поведения в цифровом пространстве. Выявление и систематизация наиболее значимых дескрипторов ЦЛ является целью данной статьи.

Отправным моментом в определении базовых параметров «цифрового образа» могут стать базовые семантические компоненты самого понятия ЦЛ, главным среди которых является коммуникация (общение). Ведь слово «цифровая» означает «опосредованная некоторым устройством», а все эти устройства по своей сути коммуникативные, т.е. предназначены для обслуживания процесса общения. Поэтому для описания ЦЛ актуальны, прежде всего, дескрипторы её коммуникации.

ЦЛ оставляет следы, реализуя следующие виды общения: реальное, виртуальное, цифровое. Эти виды общения имеют и переходные типы:

1. Реальное общение переходит в цифровое (например, общение в группе);
2. Реальные социальные связи переходят в цифровые. В этом случае люди не обязательно могут быть знакомы в реальности, однако их связывают социальные связи (например, коллеги, работающие в разных городах и разных офисах, общаются через цифровые средства коммуникации);
3. Цифровое переходит в реальное. Пример менее целевого общения – случайное знакомство по интересам в цифровой реальности и последующие реальные

встречи. Пример более целевого общения – поиск сотрудников посредством цифровых коммуникаций и дальнейшее общение при трудоустройстве.

4. Цифровое остаётся в цифровом, но приобретает более реальные очертания.

Качество виртуального общения, однако, не уступает реальному в той части, в которой реальное не переходит к физическому контакту. Это значит, что сведения о ЦЛ обладают ничуть не меньшей ценностью, чем сведения о личности реальной, при этом обладая большей достоверностью, сохранностью, объективностью и широтой охвата.

Не менее актуален для описания ЦЛ характер коммуникации, где критерием является количество коммуникаторов [6]:

1. Интраперсональная коммуникация: например, электронная записная книжка – чат с самим с собой с целью сохранения важных заметок, напоминания себе через планировщика задач;

2. Межличностная коммуникация: переписка по электронной почте, смс и некоторые варианты переписки в мессенджерах;

3. Групповая коммуникация: групповой чат в мессенджере или на тематическом сайте.

4. Массовая коммуникация: реализуется при просмотре популярных видеоблогов, интерактивного телевидения.

Ещё одним значимым дескриптором ЦЛ является направленность коммуникации. Можно выделить следующие её разновидности:

1. Жёстко однонаправленная коммуникация: телевидение, посты и видео без возможности оценки и комментирования;

2. Коммуникация, допускающая обратную реакцию: просмотр видео с возможностью оставить комментарии;

3. Равноправная коммуникация: общение по почте, переписка в чате;

4. Моделируемый диалог: например, общение на форуме только на заданную тему (остальные сообщения удаляются администрацией).

5. Имитируемое виртуальное общение: административно организованное общение.

6. Дополнительное общение: пересылка информации – например, фотографий во время реального общения.

Формализация и контроль поведения ЦЛ в цифровом общении зависит также от способов коммуникации (используемых информационных средств):

1. Письмо по электронной почте является формализованным способом коммуникации – в том смысле, что оно предполагает некую конкретную структуру из приветствия, основного содержания и подписи. Письмо, однако, нельзя отнести к способу коммуникации в режиме реального времени, поскольку оно не требует моментальной реакции.

2. Чат – менее формализованный способ коммуникации. Сообщение в чате не имеет определённых правил, однако за счёт этого собеседник ожидает более оперативного ответа.

Способ коммуникации непосредственно связан с её целями. Чтобы показать, как «работает» этот дескриптор при описании поведенческих особенностей ЦЛ, приведём следующую классификацию с примерами:

1. Когнитивная коммуникация – однонаправленная, например, просмотр роликов без комментариев, «лайков».

2. Кондиционная коммуникация – в процессе которой происходит обмен психическими состояниями (так называемое эмоциональное заражение), например, следуют восторженные комментарии к какой-либо информации.

3. Убеждающая – например, таргетированная реклама.

4. Материальная – любая реклама в цифровом пространстве.

Мы выявили дескрипторы, наиболее значимые, на наш взгляд, для описания ЦЛ с точки зрения её поведения в цифровом пространстве. К ним относятся:

- виды коммуникации (основные и переходные),
- характер коммуникации (с точки зрения количества коммуникаторов),
- направленность коммуникации,
- цели коммуникации,
- средства коммуникации,
- содержание коммуникации.

Неизвестно, хватит ли у исследователей настойчивости и оборудования, чтобы суметь учесть все параметры, однако можно с уверенностью сказать, что без их учёта описание ЦЛ будет неполным и односторонним.

Литература/источники:

1. Махров, Антон. Портрет в Сети. Что такое цифровая идентичность? [Электронный ресурс]. URL: <https://vtbrussia.ru/tech/portret-v-seti/#carddevelopment9> (дата обращения 03.12.2019).

2. Солдатова Г.В. Цифровое детство: особенности социализации и безопасность. [Электронный ресурс]. URL: <https://saizyral.rtyva.ru/wp-content/uploads/2019/04/cifrovoe-detstvo.-Osobennosti-socializacii-i-bezopasnost.pdf> (дата обращения 03.12.2019).

3. Бухановский, Александр. Лекция в Центре научной коммуникации Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики (ИТМО) 5 августа 2019 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://news.itmo.ru/ru/education/trend/news/8695/> (дата обращения 03.12.2019).

4. Горячева В., Солдатских В. Утечка на миллион. Персональные данные клиентов банков оказались в сети // Коммерсантъ, 2019, № 9. [Электронный ресурс]. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4111863?from=main_1 (дата обращения 03.12.2019).

5. Group-IB [Электронный ресурс] URL: <https://www.group-ib.com/media/biggest-card-database-ever/> (дата обращения 03.12.2019).

6. Основы теории коммуникации / под ред. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2007. – 616 с.

Мананникова Дарья Андреевна,
студентка 4 курса, МГТУ им. Н. Э. Баумана,
Москва
darya_mamannikova@mail.ru

Галаганова Светлана Георгиевна,
научный руководитель, к. филос. н., доцент, МГТУ им. Н. Э. Баумана,
г. Москва
23_polecat@mail.ru

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ РИСКИ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Аннотация. В работе представлено поэтапное описание процесса формирования привычки к регулярному использованию мобильных приложений. В основу исследования положена так называемая «крючковая модель» формирования потребительских привычек, разработанная американским психологом Райаном Хувером. Последовательно описывая каждый из четырёх элементов модели Хувера применительно к мобильным приложениям, автор выявляет применяемые при этом манипулятивные технологии.

Ключевые слова: смартфон, мобильное приложение, манипуляция, крючковая модель, Райан Хувер, привыкание, потребительская привычка.

Сегодня бóльшая часть человечества уже не представляет своей жизни без мо-

бильного телефона. Однако то, что поначалу воспринималось как грандиозный прогресс, сегодня вызывает у многих серьёзные опасения [1]. Разумеется, сами по себе телефоны, как и любые другие технические устройства, не несут в себе никакой опасности. Опасно их наполнение – приложения для общения, игры и многих других занятий. Именно они, ловко манипулируя нашими потребностями в самовыражении, признании, принадлежности к определённой социальной группе, формируют привычку постоянно пользоваться смартфоном [11]. В условиях современного рынка формирование потребительских привычек – залог выживания компаний-производителей, в том числе, и производителей мобильных приложений. Сегодня уже недостаточно привлечь внимание клиентов к товару и побудить их приобрести его – нужно ещё и «приручить» их, сделав использование товара закреплённой бессознательной реакцией.

Каким же образом компании, «производящие» лишь строчки отображающегося на экране кода, контролируют реакции пользователей? Что сообщает выпускаемым ими продуктам способность вызывать у потребителя устойчивую зависимость? Поиск ответов на эти вопросы стал стимулом для написания данной работы.

Привычка представляет собой сложившийся способ поведения, осуществление которого в определённой ситуации приобретает для индивида характер потребности. Привычки могут складываться стихийно, быть продуктом воспитания, перерастать в устойчивые черты характера, приобретать черты автоматизма. С психологической точки зрения, механизм формирования привычки есть процесс неоднократного выполнения действия на той стадии его освоения, когда его выполнение уже не создаёт каких-либо трудностей волевого или познавательного характера. С точки зрения физиологии, привычка представляет собой образование в мозговых структурах устойчивых нервных связей, отличающихся повышенной готовностью к функционированию. Одна из самых важных функций привычки заключается в том, чтобы, не отвлекая мозг на повседневные, часто повторяющиеся задачи, дать человеку возможность сконцентрировать внимание на других, более сложных вещах и таким образом обучиться сложным формам поведения. Другими словами, привычки формируются тогда, когда мозг перестаёт активно размышлять над тем, что делать дальше, и быстро обучается программировать поведение, соответствующее различным ситуациям.

Осознав силу привычки, многие компании стали нанимать экспертов в области психологии, поведенческой экономики, ведь научившись эффективно создавать привычки, они тем самым увеличивают свою прибыль. Создающие привычки продукты меняют поведение потребителя, побуждают его к их регулярному использованию. Цель состоит в том, чтобы заставить людей снова и снова применять их по собственной инициативе, не полагаясь на такие призывы к действию, как рекламные объявления. Многие разработчики ошибочно полагают, что более высокое качество их продуктов по сравнению с уже имеющимися на рынке само по себе обеспечит им переименование клиентов. Однако, если речь идёт об отказе от давних привычек большого количества потребителей, новые продукты побеждают далеко не всегда. Об этом, в частности, пишет в одной из своих статей профессор Школы бизнеса Гарвардского университета Джон Гурвилл, считающий, что «многие инновации терпят неудачу, потому что потребители иррационально переоценивают старое, а компании – новое» [9]. По мнению учёного, продукты, требующие значительных изменений в привычном поведении людей, обречены на провал даже в том случае, когда выгода от их использования очевидна и велика.

В подтверждение описанного выше феномена израильский и американский специалист в области теории бизнеса, профессор Нир Эяль приводит пример изобретённой в 1870-х годах клавиатуры для пишущих машинок с раскладкой QWERTY. Для неё было характерно большое расстояние между часто используемыми буквами, позволявшее защитить литерные рычаги от залипания. Впоследствии появились более

удобные раскладки: например, в раскладке клавиатуры профессора А. Дворака гласные помещены в центральный ряд, что повышает скорость набора и уменьшает количество ошибок. Тем не менее, QWERTY успешно выживает – из-за высоких психологических издержек, связанных с необходимостью менять привычки пользователей [5].

Можно выделить два основных фактора привыкания пользователя к тому или иному мобильному приложению – частоту использования последнего и его субъективно воспринимаемую ценность. Действия, совершаемые часто и обладающие большой воспринимаемой ценностью, попадают в так называемую зону привычки и становятся «действиями по умолчанию». Если один из этих показателей невысок, то вероятность превращения действия в привычку снижается.

Почему же одни приложения формируют привычки и становятся коммерчески успешными, а другие – нет? Последнее происходит по разным причинам: у компаний кончаются деньги, продукт выходит на рынок слишком рано или слишком поздно, то есть не является актуальным, потребители не нуждаются в том, что предлагает компания, и т. д. Что же касается успешных инноваций, то всем им присуща одна общая черта – все они решают какую-то конкретную проблему. Это может показаться очевидным, но на самом деле формулировка проблемы, которую должен «решить» новый продукт, часто становится предметом ожесточенных споров. В профессиональном словаре венчурных капиталистов есть «продукты-анальгетики» (болеутоляющие) и «продукты-витамины». Большинство инвесторов готово вкладывать капитал лишь в «болеутоляющие» продукты, ведь они избавляют от реальных неотложных проблем, облегчают конкретную «боль» и обычно имеют рынок, объём которого легко рассчитать.

В отличие от «продуктов-анальгетиков», «продукты-витамины» не нацелены на решение какой-то очевидной проблемы: они апеллируют в большей степени к эмоциональным, нежели к функциональным нуждам людей, ведь, принимая витамины, мы не можем быть абсолютно уверены в их благотворном влиянии на наш организм. Их приём имеет скорее психологический эффект: мы просто делаем нечто полезное для своего организма. И, разумеется, мы сможем вполне нормально жить, пропустив приём витаминов в течение нескольких дней.

Было бы логично предположить, что успех мобильного приложения зависит от того, насколько неотложна решаемая с его помощью проблема. Однако если посмотреть на продукт ведущих компаний, разрабатывающих сервисы и приложения, – таких, например, как Facebook, Twitter, Instagram и Pinterest, то обнаружится, что они продают именно «витамины», ведь пользователи не получают от них ничего, кроме возможности социализации. Дело в том, что «приём» этих «витаминов» стал для многих людей устойчивой привычкой, неотъемлемой частью повседневной жизни, и поэтому их отсутствие способно причинять «боль». Скорее даже не «боль», а некий психологический «зуд», дискомфорт, который проходит, когда желание удовлетворяется. Другими словами, технологии, формирующие потребительские привычки, поначалу действуют как «витамины», а когда привычка становится закреплённой, начинают «утолять боль».

Исследование технологий формирования потребительской привычки, применяемых в мобильных приложениях, позволило нам сделать вывод о том, что все они строятся на основе модели Райана Хувера. Известный американский специалист в области бизнес-моделирования, создатель многих успешных стартаповых компаний, основатель международного Интернет-сообщества «Product Hunt» (Охота за продуктом), Хувер является ещё и автором популярной книги «На крючке. Как создавать продукты, формирующие привычки», написанной в соавторстве с Ниром Эялем [5]. В самом общем виде разработанная Хувером так называемая «крючковая» модель формирования привычки (hook pattern) представляет собой многократно повторяемый цикл, состоящий из четырёх позиций: триггера, действия, переменного вознаграждения и инвестиции. Это похоже на вращающееся колесо, в результате прокручивания

которого и последовательного попадания объекта в нужные позиции, у последнего формируется и закрепляется определённая потребительская привычка.

Опишем более подробно каждый из элементов модели.

1. Термин «*триггер*», широко распространённый в зарубежной психологии (а сегодня употребляемый и российскими психологами), произошёл от английского trigger, что означает «спусковой крючок». Другими словами, это непосредственный стимул, сигнал, вызывающий определённую, зачастую неосознанную, эмоциональную или деятельную реакцию.

Различают внешние и внутренние триггеры. Внешние триггеры напрямую призывают пользователя совершить то или иное действие. Если, например, в мобильном приложении будет большое количество вариантов дальнейших действий, пользователю придётся их оценивать или анализировать. Когда этих вариантов слишком много или они нечётко сформулированы, это может вызвать раздражение, замешательство или даже (самая невыгодная для разработчика реакция) отказ от любых действий. Чем меньше нужно думать для совершения следующего действия, тем выше вероятность, что оно будет выполнено бессознательно. В качестве примера внешнего триггера можно привести предложение Telegram: «Start messaging» («Нажмите, чтобы начать общаться»).

Внутренние триггеры возникают в том случае, когда продукт тесно связан с мыслями, чувствами или предыдущим опытом людей. Мощными внутренними триггерами служат эмоции, особенно негативные. К неосознанным действиям, направленным на подавление ощущения раздражения и дискомфорта, часто приводят такие эмоциональные состояния, как скука, одиночество, разочарование, замешательство, нерешительность. Примером внутренних триггеров могут служить бесконечные рекомендации видео в YouTube, призванные помочь справиться со скукой.

Таким образом, главная цель разработчиков – помочь потребителям избавиться от «боли», справиться с негативными эмоциями. Если пользователи найдут соответствующий продукт, со временем у них сформируются по отношению к нему прочные позитивные ассоциации. А потом это превратится в привычку, и человек станет обращаться к продукту неосознанно.

2. Триггер вызывает *действие*, цель которого – получить некоторое «вознаграждение» в виде решения проблемы или позитивных эмоций. Правильно сформированный триггер, должен, как отмечалось выше, подсказать пользователю, что он должен делать дальше. В противном случае триггер окажется бесполезным. Чтобы человек последовал сигналу, должно выполняться правило «легче сделать, чем подумать». Чем больше усилий – физических или умственных – требуется для выполнения нужного вам действия, тем с меньшей вероятностью оно будет выполнено. Действие крайне важно для формирования привычки. Каким же образом разработчик может заставить пользователя действовать?

Найти ответ на этот вопрос нам поможет теория бихевиоризма, позволившая в своё время сделать наиболее подробные описания механизмов человеческого поведения. В соответствии с моделью профессора Б. Дж. Фогга, директора лаборатории мотивационных технологий Стэнфордского университета, для инициирования любых поступков требуется наличие трёх факторов: мотивации для выполнения данного действия; возможности завершить его (чем легче и быстрее, тем лучше) и триггера, активирующего действие.

Модель поведения Фогга описывается формулой $D = MBT$, где требуемое действие (D) будет осуществлено, если одновременно и активно проявят себя мотивация, возможность и триггер [6]. Фогг считает, что проблему замешательства решить обычно легче, чем бороться с раздражением. Когда мы хотим заставить людей сделать что-то, первым делом нам приходит на ум повысить их мотивацию – убедить их. Иногда это срабатывает, однако более верный путь – упростить достижение нужного поведения. Один из принципов Фогга гласит: «Невозможно заставить людей делать то, чего они не хотят» [7]. Когда мотивация высока, или действие выполнить просто, люди становятся отзывчивы к

таким триггерам, как вибрация телефона, красный индикатор в Facebook или письмо от магазина одежды с «уникальной скидкой на комбинезоны». Правильно созданный (или «горячий») триггер попадает на глаза именно в тот момент, когда мы наиболее мотивированы к действию. «Устанавливайте горячие триггеры на пути мотивированных людей», – так звучит ещё один принцип Фогга [8].

Если людей подтолкнуть к совершению действия, которое им не нравится, скорее всего, они выполнят его, но вряд ли совершат повторно; если же оно им понравится, то они будут возвращаться к нему снова и снова, причём неосознанно. Чем внезапнее и интенсивнее будет эмоциональный отклик человека при первом опыте использования, тем выше вероятность того, что этот сервис станет базовым выбором человека. Именно поэтому авиакомпании наливают шампанское пассажирам бизнес-класса, и именно поэтому в Apple делают всё, чтобы первые минуты использования нового смартфона стали для владельца «волшебными».

Свою поведенческую модель, получившую название бихевиорального дизайна, Фогг создал, когда социальные сети ещё не захватили мир. Сегодня Facebook, Instagram и другие подняли бихевиоральный дизайн на такой уровень, о котором и не мечтал его создатель. Социальные приложения черпают свою силу из одного из самых глубоких источников мотивации. В ответ на социальные взаимодействия, причём даже на самые некачественные их имитации, мозг человека выделяет вещества, которые доставляют нам удовольствие и формируют привычки, а в качестве самых активных триггеров выступают другие люди: мы сами, наши друзья и подписчики постоянно склоняем друг друга к тому, чтобы и дальше пользоваться данным сервисом.

Эксперт в области инновационных проектов Денис Хоуптли выделяет следующие этапы процесса успешной разработки и внедрения продукта: сначала необходимо понять причину, по которой люди используют продукт (их мотивацию); затем описать шаги, которые необходимо сделать потребителю для получения результата; когда же последовательность задач от намерения до завершения станет понятной, нужно начать удалять звенья цепочки до тех пор, пока она максимально не упростится [10]. В качестве примеров применяемых при этом довольно простых технологий можно отметить вход при помощи учётной записи Facebook, съёмку фотографий при помощи iPhone, бесконечную прокрутку Pinterest и многие другие.

3. На третьем этапе реализации модели Хувера пользователь получает *вознаграждение* в виде решения проблемы – получения желаемых эмоций. Этот шаг должен формировать у пользователя мотивацию снова совершить требуемое действие. Суть переменного вознаграждения наглядно отражает эксперимент «Ящик Скиннера», проведённый в 1950-х годах известным психологом-бихевиористом Берресом Скиннером [3]. Он построил коробку для крыс и голубей, оборудованных выключателем, которым голубь мог пользоваться при помощи своего клюва. Кроме того, электрический механизм поставлял в коробку еду. Скиннер запрограммировал коробку таким образом, чтобы давать корм голодным птицам наугад. Вначале он помещал голубей в ящик, снабжённый механизмом подачи пищи и рычагом. Механизм приводился в действие всякий раз, когда голубь нажимал на рычаг. Голуби быстро обнаруживали причинно-следственную связь между нажатием на рычаг и появлением пищи. На следующей стадии эксперимента Скиннер ввёл вариативность. Теперь пища появлялась не каждый раз, когда голубь нажимал на рычаг, а через случайное количество нажатий. Иногда рычаг помогал голубю добыть пищу, иногда – нет. Учёный заметил, что фактор нерегулярности вознаграждения резко увеличил число нажатий на рычаг. То есть изменчивость привела к тому, что голуби стали гораздо чаще выполнять требуемое действие. Неопределённость получения вознаграждения увеличивает наше стремление к желанному результату – таков был вывод Скиннера. В контексте нашей темы это означает, что для привлечения внимания пользователя продукты разработки необходимо постоянно обновлять.

Исследователи выделяют три типа переменного вознаграждения.

А. Социальное (или «племенное») вознаграждение

Человек как социальное существо стремится к одобрению своего окружения, которое позволяет ему почувствовать себя востребованным. На основе учёта этой потребности строятся многие общественные институты и отрасли рынка. Потребность ощущать социальные связи формирует наши ценности и во многом предопределяет то, как мы проводим своё время. Этим легко объясняется взрывной рост популярности социальных сетей, которые обеспечивают людей мощным социальным вознаграждением на переменной основе: публикуя пост, пользователи стремятся к социальному одобрению и заранее предвкушают его. Например, Facebook предлагает многочисленные варианты переменного социального вознаграждения: безграничный поток контента от друзей, их комментарии и уведомления о том, кому что «понравилось». Чувство неопределённости относительно того, что можно обнаружить, заходя на сайт, создает интригу, снова и снова привлекающую в Facebook.

Б. Вознаграждение «добычей»

Потребность добывать материальные объекты заложена в нас генетически, но в настоящее время она приобрела иной смысл: сегодня на деньги стали обмениваться не только товары потребления, но и информация. Примером могут служить многочисленные онлайн- и офлайн-курсы, связанные не только со специальностью, работой, но и с хобби, ведением быта и т. д. Этой потребностью пользуются и многие создатели приложений. Поток информации в виде бесконечной ленты, которую можно прокручивать, заставляет пользователя пускаться в погоню за «добычей». Так, в Twitter лента может быть заполнена разным контентом, как интересным, так и не очень. Успех как раз и заключается в переменчивости, и пользователи прокручивают информацию в погоне за переменным вознаграждением в виде интересной информации.

В. Внутреннее вознаграждение

Речь идёт о чувстве достижения результата, содержательности и значимости выполняемой работы, о чувстве самоуважения. Внутреннее вознаграждение – определяющий компонент видеоигр, где игроки стремятся отточить навыки, нужные для прохождения маршрута. Переходы на новый уровень, получение дополнительной силы и прочие игровые элементы отвечают потребностям игрока в чувстве компетентности, поскольку показывают достигнутый прогресс и подтверждают продвижение к завершению игры. Например, развивая навыки персонажа в популярной онлайн-игре World of Warcraft, игрок получает новые возможности. Поэтому желание приобрести более мощное оружие, побывать в неисследованных землях и повысить уровень персонажей заставляет участников инвестировать в игру всё больше времени.

В последнее время «геймификация» (от англ. game – «игра») – использование игровых элементов в ситуациях, не имеющих прямого отношения к играм, – используется в самых разных мобильных приложениях. Люди любят играть и развлекаться, поэтому усвоение информации или выполнение каких-либо действий в игровой форме, с повышенной эмоциональной вовлечённостью, происходит гораздо быстрее и качественнее. Если раньше обучение в процессе игры было характерно только для детей, то сегодня, когда во взрослую жизнь вступило поколение, привыкшее к компьютерным играм, геймификация становится чрезвычайно актуальной и для взрослых [2].

Особенность геймификации состоит в том, что весь процесс максимально напоминает компьютерную игру, но при этом имеет проекцию на реальность. Здесь всё направлено на создание у игроков эмоционального сопереживания, чувства причастности к общему делу – используются сценарии в реальном времени, требующие постоянной концентрации внимания на игровом процессе, игрокам за достижения даются награды, повышаются статусы, вносится элемент соревновательности. Большое внимание уделяется социальному взаимодействию в процессе игры, когда игроки могут общаться для повышения эффективности совместных действий.

Система переменного вознаграждения основана на «подстёгивании» желания пользователей возвращаться к продукту снова и снова. Наиболее «успешные» продукты основаны на переменном вознаграждении одновременно двух или трёх типов – социальном, вознаграждении «добычей» и внутреннем вознаграждении. Например, в электронной почте имеются переменные вознаграждения всех трёх типов. Во-первых, у нас есть социальные обязательства отвечать на электронную почту («племенное» вознаграждение); нам любопытна информация, содержащаяся в письме, благодаря проверке почты мы узнаём о возможностях и угрозах нашему благосостоянию (вознаграждение «добычей»); наконец, любое полученное нами письмо – это определённая задача: мы должны сортировать письма, распределять по темам и делать что-то ещё, чтобы сократить количество непрочитанных сообщений. Нас мотивирует непредсказуемая природа постоянно меняющегося количества писем, мы чувствуем удовольствие, контролируя папку для входящих (внутреннее вознаграждение).

4. И, наконец, завершающий этап реализации «модели крючка» под названием *инвестиция*, наиболее важный с точки зрения создания продуктов, вызывающих привыкание. Прежде чем у пользователей сформируются мысленные ассоциации, которые будут активизировать их автоматическое поведение, пользователи должны что-то инвестировать в продукт, поэтому на этом этапе им придётся немного поработать. Этап инвестиции повышает шансы повторного прохождения пользователя через тот же цикл. Инвестицией в данном случае является время, данные, усилия, социальный капитал или деньги, которые пользователь «вкладывает в продукт». А дальше начинает работать «правило последовательности» – наше желание быть (и выглядеть) последовательным в своих действиях и поступках. Эта психологическая закономерность представляет собой мощное средство социального влияния, часто заставляющее нас действовать вопреки собственным интересам.

Чем больше времени и сил люди инвестируют в продукт, тем больше они его ценят. В 2011 году американские учёные Дэн Ариэли, Майкл Нортон и Дэниел Мочон провели исследования, в рамках которого измерили, как влияют приложенные усилия на нашу оценку [12]. Студентов университетов попросили сделать из бумаги журавлика или лягушку в стиле оригами. После этого им предложили выкупить свое изделие, назвав максимальную цену – один доллар. Студенты знали, что дальнейший ход событий определяется генератором случайных чисел, выдававшим число от нуля до ста. Если оно превышало цену, которую определил изготовитель оригами за свою игрушку, он оставался ни с чем. Если же оно равнялось назначенной цене или было ниже неё, изготовитель платил столько, сколько назвал, и забирал оригами себе. В это же время участников второй группы, находившихся в другой комнате, попросили назвать цену, за которую они готовы были купить оригами, сделанные их товарищами. А участники третьей группы должны были оценить игрушки, изготовленные профессионалами. Результаты показали, что те, кто сделал оригами сам, оценили свои изделия в пять раз выше участников второй группы и почти на уровне игрушек, выполненных настоящими мастерами. Иными словами, инвестировавшие в изготовление оригами свой собственный труд считали их более ценными просто потому, что поработали над ними.

Дэн Ариэли называет это «эффектом IKEA». IKEA – крупнейшая в мире сеть мебельных магазинов, торгующих доступной по цене мебелью, предполагающей самостоятельную сборку. Ключевой инновацией этой шведской компании стал процесс упаковки, позволяющий ей снизить трудовые затраты, повысить эффективность дистрибуции и лучше использовать торговые площади своих магазинов. В отличие от конкурентов, продающих уже собранную мебель, IKEA позволяет своим покупателям поработать самим. Оказывается, просьба инвестировать усилия в сборку мебели таит скрытую пользу для производителя. Ариэли считает, что собирающие мебель покупа-

тели проникаются к ней иррациональной любовью, совсем как студенты, участвовавшие в эксперименте с оригами. Люди выше оценивают те продукты, над которыми они потрудились сами, в которые вложили свой труд [12].

Усилия со стороны потребителя, предполагающиеся на этапе инвестиции, казалось бы, вступают в противоречие с устоявшимся в среде разработчиков мнением, что взаимодействие пользователя с продуктом должно быть как можно более лёгким, не требующим труда. Однако следует иметь в виду, что просьба к потребителю приложить некоторые усилия следует после получения им переменного вознаграждения, а не до него. Выбор времени в данном случае имеет решающее значение. Предлагая пользователю сделать инвестицию после вознаграждения, компания получает возможность эксплуатировать одну из главных закономерностей человеческого поведения.

Один из примеров хранимой ценности – созданная или собранная пользователем информация: песни, фотографии, новости. Но иногда люди инвестируют в сервис за счёт активного или пассивного добавления данных о себе (своих действиях). Например, в LinkedIn концепция данных как хранимой ценности используется в виде онлайн-резюме участников. Всякий раз, когда соискатель работы обращается к этому ресурсу, ему предлагается добавить больше личной информации. В LinkedIn выяснили: чем больше человек пишет о себе на сайте, тем сильнее привязывается к нему.

Таким образом, пройдя цикл Хувера несколько раз, человек «попадает на крючок» – у него формируется устойчивая зависимость от данного сервера. Способы преодоления этой зависимости – другая, не менее актуальная тема.

Литература/источники:

1. Льюис П.: «Наши умы можно похитить». Почему создатели соцсетей уходят в офлайн / <https://knife.media/like-addiction/> [Дата обращения: 01.03.2019].
2. Мазелис А.Л. Геймификация в электронном обучении // Территория новых возможностей, №3(21), 2013. С.3–7.
3. Слейтер, Лорин. Открыть ящик Скиннера / пер. с англ. – М.: АСТ, 2007. – 320 с.
4. Чалдини Р. Психология влияния / пер. с англ. – М.: Эксмо, 2017. – 272 с.
5. Эяль Н., Хувер Р. На крючке. Как создавать продукты, формирующие привычки / пер. с англ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 272 с.
6. Fogg B.J. What Causes Behavior Change? / <http://www.behaviormodel.org> [Дата обращения: 19.03.2019].
7. Fogg B.J., Eckles D. Mobile Persuasion. – Palo-Alto (Cal.): Stanford University Press, 2008.
8. Fogg B.J. Tiny Habits. – Palo-Alto (Cal.): Stanford University Press, 2020.
9. Gourville J. T. Eager Sellers and Stony Buyers: Understanding the Psychology of New-Product Adoption // Harvard Business Review, No. 6, June 2006.
10. Hauptly, Denis J. Something Really New: Three Simple Steps to Creating Truly Innovative Products. – L.: McGraw-Hill, 2007. – 256 p.
11. Lee Y.-K., Chang C.-T., Lin Y., Cheng, Z.-H. The Dark Side of Smartphone Usage: Psychological Traits, Compulsive Behavior and Technostress // Computers in Human Behavior, No. 31, 2014.
12. Norton M.I., Mochon D., Ariely D. The “IKEA Effect”: When Labor Leads to Love // Journal of Consumer Psychology 22, No. 3, 2012.

Можаев Павел Сергеевич,

курсант 1 курса, филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)
mogaev@yandex.ru

Снадченко Светлана Валерьевна,

преподаватель 12 кафедры, филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)
snasvetlana@yandex.ru

ВОЗМОЖНОСТИ ИНТЕРАКТИВНОЙ ДОСКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИНФОРМАТИКА»

Аннотация. *Статья посвящена вопросам организации практического занятия по дисциплине информатика с использованием интерактивной доски, Использование интерактивных технологий в процессе обучения позволяет активизировать познавательную деятельность, формировать навыки делового общения, повышается эффективность занятия, организуется групповая работа.*

Ключевые слова: *информатика, интерактивная доска, мультимедиа, интерактивные методы обучения.*

В современном информационном обществе переход на компетентностный подход при организации учебного процесса предполагает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий.

Обучение принято называть интерактивным, если на занятии в процессе общения обучаемых и между собой, и с преподавателем предполагается сильное взаимодействие. Это может быть и в форме обсуждения полученной задачи, и в виде вопросов к педагогу по обсуждаемой теме, и в ходе разбора ошибок, а также исправления их в процессе проведения занятия. Наиболее важное в данном случае – это осознание того, что процесс решения проблемы может стать даже более важным, чем полученный ответ, так как цель методики – это не просто передача информации, а привитие навыков самостоятельного нахождения ответа.

Наиболее приоритетным направлением процесса информатизации современного общества является информатизация образования, т.е. внедрение средств новых информационных технологий в систему образования. Информационные технологии являются мощным средством обучения, способные повысить компетентность обучающегося.

Учеными установлено, что всего лишь 5 процентов информации человек воспринимает через обоняние и вкус, около 15 процентов через слух, и около 80 процентов информации дают органы зрения. Но лучше всего человек запомнит материал, когда увидит, услышит и "потрогает", т.е. сам что-то воспроизведет (запишет, нарисует и т.п.), применит на практике. Неоценимую помощь в этом оказывают новые информационные технологии, не только предоставляющие мультимедийную среду для изложения и активного восприятия информации, но и повышающие мотивацию учеников к изучению этой информации.

Внедрение информационных технологий в учебный процесс привело к тому, что изменилась структура учебного процесса, форма подачи знания, и типы коммуникации между участниками образовательного процесса. Использование возможностей компьютера привело к использованию интерактивных досок в процессе обучения. Теперь преподаватель может управлять как образовательным процессом в целом, так и отдельными информационными ресурсами.

Интерактивная доска – эффективный инструмент изложения нового материала, закрепления уже пройденного и возможность оценивания полученных знаний с помощью тестирования. С её помощью стало возможно дать более яркое, более обширное представление об изучаемом объекте. Она позволяет наглядно и мобильно представить то, что трудно или скучно объяснять словами.

Главная задача, которую решают интерактивные доски – уход от презентационной формы подачи материала. Появляется возможность экономии времени занятия за счет отказа от записи, т.к. электронный файл конспекта возможно передать обучающимся для воспроизведения и повторения материала дома. Повышается эффективность занятия, организуется групповая работа обучающихся, что дает осознание того, что процесс решения проблемы может стать даже более важным, чем полученный ответ, так как цель методики – это не просто передача информации, а привитие навыков самостоятельного нахождения ответа.

Исследования показали, что интерактивные доски, используя разнообразные динамичные ресурсы и улучшая мотивацию, делают занятия увлекательными и для преподавателей, и для учащихся.

Также у преподавателя появляется возможность проверить знания обучающихся. Правильные вопросы для прояснения некоторых идей развивают дискуссию, позволяет лучше понять материал. Интерактивная доска становится центром внимания для всей аудитории. Когда материалы к занятию подготовлены заранее и легкодоступны, обеспечивается нужный темп занятия. Добиться этого позволяют мультимедиа-презентации.

Мультимедиа-презентация – это программа, содержащая в себе как текстовые материалы, так и фото и видеосфрагменты, графики, рисунки, музыку, анимацию и т.п., благодаря чему она является самой эффективной формой представления информации. Применение мультимедиа позволяет преподавателю гибко и интерактивно подать информацию.

Дисциплина информатика одна из самых молодых дисциплин в высшей школе. Информатика тесно связана с математикой, физикой и другими дисциплинами естественнонаучного цикла. Способ организации учебного материала примерно такой же, как у этих дисциплин. Сначала начитываются лекции по теме, затем проводятся практические занятия. Задачи, которые решаются на практике имеют межпредметный характер. Например, при изучении темы «Алгоритмизация и программирование» разбираются задачи из уже изученных тем математики и физики, выстраивается алгоритм их решения, пишется и компилируется программа на языке программирования. Особое значение приобретает самостоятельная работа обучающихся, так как значительную часть времени они проводят в индивидуальной работе с ПК. Но необходимо сначала разобрать задачу на доске, объяснить методику решения. Вот здесь и приходит на помощь интерактивная доска.

Чтобы не тратить время на написание задачи, рисование алгоритма, создания программы, преподаватель заранее при подготовке к занятию оформляет презентацию или другой документ для вывода на экран. Можно работать непосредственно в той программе, в которой работают и обучающиеся. Экран отображает все, что делает преподаватель на компьютере. Например, работа в программах MS Office, ABC Pascal, C++ и т.д. Это очень удобно и для преподавателя и для слушателей.

Существует возможность делать пометки в режиме он-лайн, вносить различные изменения и сохранять их виде компьютерных файлов для дальнейшего редактирования, печати на принтере, рассылки по факсу или электронной почте.

Интерактивная доска позволяет преподавателю показывать различные видеоматериалы, подготовленные им лично или взятые с интернет-ресурсов. Это могут быть официальные учебные видеокурсы или видеоролики, например с YouTube. Также

можно использовать интерактивные учебники, тесты, задания в формате динамических web-страниц.

Запись на интерактивной доске ведется либо специальным электронным пером либо пальцем. Докладчик, взяв в руки специальный маркер, может работать с изображением на экране: выделять, подчеркивать, обводить важные участки, рисовать схемы или корректировать их, вносить исправления в текст. Сенсорные устройства "улавливают" прикосновения, и транслируют в соответствующие электронные сигналы, отражающие движение пишущей руки.

Технология работы с интерактивной доской активно осваивается преподавателями и обучающимися. Основные достоинства или возможности использования интерактивных досок на занятиях информатики следующие:

1. создание пометок и записей на выводимых изображениях, в том числе в листингах программ;
2. объяснение принципов работы с приложениями, путем выполнения действий непосредственно на доске;
3. реализация групповых форм работы (тренинг, решение задач, проблемных ситуаций и так далее);
4. коллективная работа над медиа файлами;
5. защита проектных работ, в том числе и научно-исследовательских;
6. поэтапная демонстрация объектов (например, алгоритмов);
7. приобретение обучающимся навыков работы с техническими средствами;
8. внесение изменений в текст выводимых на экране документах, используя виртуальную клавиатуру (исправление ошибок в программах);
9. демонстрация учебных видео и аудио роликов;
10. возможность сохранения на компьютере всех пометок, которые педагог сделал во время урока, для возможности дальнейшей демонстрации на уроках или предоставления обучающимся.

Интерактивные доски облегчает труд и преподавателя и обучающегося и дает возможность разнообразить учебный процесс, делая его более интересным и насыщенным, приобщает пользователей к использованию современных информационных технологий в профессиональной деятельности.

Литература/источники:

1. Снадченко С.В. Методика проведения практического занятия по дисциплине «Информатика» с курсантами военного вуза с применением интерактивных методов обучения. [Электронный ресурс]: сборник трудов. – Электрон. текст. дан. (2,8 Мб). – Киров: Изд-во МЦИТО, 2019.
2. И.И.Черкасова, Т.А.Яркова. Интерактивная педагогика. – Санкт-Петербург, 2012.

Моисеева Анастасия Андреевна,
аспирант 2 курса Ульяновского государственного педагогического университета имени И. Н. Ульянова,
г. Ульяновск
lunalita@inbox.ru

СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ АНОМАЛИИ В РУССКИХ ПАРЕМИЯХ

Аннотация. *Статья посвящена средствам выражения нормы и аномалии в русских пословицах, поговорках и загадках. Осмысливается понятие оппозиции «норма – аномалия». Особое внимание уделяется специфичным средствам выражения аномалии, представленным на различных уровнях русского языка. В изложении материала статьи используется структурно-семантический метод анализа языковых единиц.*

Ключевые слова: средства выражения аномального, русский язык, оппозиция «норма – аномалия», русские пословицы, малые фольклорные жанры.

Пословицы – это короткие, экспрессивные высказывания разговорного языка, представляющие собой целостные предложения дидактического характера. К ним относят произведения малых фольклорных жанров: пословицы, поговорки, загадки, присловья и т. п. Так или иначе пословицы содержат в себе фрагменты этнокультурных ценностей и оценок, тем самым отражая аксиологическую «систему координат» народа. По мнению Н. Барли, пословица, например, это «общепринятое стандартное высказывание относительно моральных или категориальных императивов в клишированной метафоричной парадигматической форме, анализирующее фундаментальные логические отношения» [3]. К таким выводам можно прийти при учете полифоничности провербальных высказываний и при обращении к надтекстовым и затекстовым уровням информации.

Лингвистический анализ показывает, что в произведениях пословиц русского языка находит выражение оппозиция «норма-аномалия», входящая, согласно исследованиям Н. Д. Арутюновой, в группу нормативных оценочных значений. Норме или, иначе говоря, образцу, стандарту, в этих отношениях противопоставляются любые отклонения от нее, причем аномалии богаче представлены в языке, чем срединная часть градационной шкалы, к которой относится норма. Девиации, как отмечает Н. Д. Арутюнова, «возбуждают не только внимание и коммуникативные центры, но и эмоции» [2].

Именно поэтому в лексике аномалия, как правило, выражается экспрессивными синонимами, ср: *среднее телосложение, средний рост* – норма; *худой (тощий, костлявый, щуплый и т.д.); толстый (грузный, пухлый, мясистый, пузатый и т.д.)* – аномалия. Исключения составляют те случаи, когда в общем контексте норма воспринимается скорее негативно, например: *средненький, посредственный, заурядный, сносный и т. п.*

Пословицы демонстрируют представления народа о норме и отклонениях от нее. Иллокутивный компонент пословицы заключается в исправлении действий человека, приведении вещей и событий в порядок, а также в обозначении традиционных моделей поведения, что становится возможным через противопоставление единственно верного, положительного другому – аномальному, отклоненному от нормы. Указание в пословицах «на то, что неверно, ошибочно или глупо, нуждается в разнообразных средствах обозначения ненормального – в том числе в словах и конструкциях с приставкой и предлогом без – они называют отсутствие кого или чего-либо, а отсутствие часто является знаком ущербности, «незаконченности», деформированности» [9].

Иллокутивная сила загадки направлена на то, чтобы адресат высказывания угадал часть реально существующей действительности, которая оценивается как норма, в зашифрованном послании, представляющем собой абсурд, т. е. девиацию.

На словообразовательном уровне одним из средств передачи аномалии являются аффиксы привативного значения в словообразовательных моделях с семантикой так называемых «некомплектных» [2] объектов, т. е. с неполным наличием или отсутствием необходимых нормальных признаков.

Так среди пословиц русского языка можно найти следующие примеры: *Кулик невелик, а всё-таки птица; Невелик сверчок, да громко поёт; Невелика мышка, да зубок остер; Нехитер парень, да удачлив, неказист, да талантлив; Неказисто дерево, да вкусен плод.* Интересно, что при этом союз **да** в приведенных пословицах уравнивает «некомплектные» модели, приводя семантику целых высказываний к норме: отсутствие большого размера, хитрости или красоты может быть компенсировано наличием иных качеств.

К числу словообразовательных и грамматических средств, которые обладают культурно-аксиологической маркированностью и передают провербальным высказываниям значение аномальности, относят также префикс **без-**. А. Ф. Журавлев отмечает, что «специальное лексическое выражение, концептуальное выделение с помощью особой единицы лексического состава получает отсутствие или недостаток не любого, но лишь весьма значимого объекта или качества» [5]. Иными словами, префикс **без-** обращает внимание на то, какие характеристики объекта отсутствуют для иллюстрации отклонения от нормы. Например, *Без денег – бездельник; Беззаконным закон не писан; Доля во времени живет, бездолье в безвременьи.*

На морфологическом уровне аномалии представлены предлогом **без**, например: *Дерево без листа – что тело без хвоста; Голова без ума – что фонарь без свечи.* Множество пословиц и поговорок построены по схеме «без X нет Y» и еще больше паремий, где в одной половине синтаксической конструкции представлено обозначение части, а в другой – название целого. Замечено также, что такое «соотношение логических элементов являет собой основной механизм демонстрации аномалии в пословице; максима «без части нет целого» предзадана, закреплена в сознании транслирующего и воспринимающего фольклорный текст, она определяет последующий отбор частных образных элементов, ее иллюстрирующих» [9]. Например: *Без веретена пряжи не спрядешь; Без языка и колокол нем; Без топора не плотник, без иглы не портной.*

В загадках аномалии также находят выражение «некомплекта» или, наоборот, «сверхкомплекта» [2] – наличие дополнительных признаков, которые не предусмотрены нормой. Так, например:

*Родится без ног и без головы,
а как подрастёт – вырастут и ноги и голова.*

(Яйцо)

Значение неполноты, несоответствия норме достигается путем использования предлога **без**.

*Два раза родился,
Ни разу не крестился,
Всем людям пророк.*

(Петух)

В данной загадке наблюдается и «некомплект» – «ни разу не крестился», и «сверхкомплект» – «два раза родился».

*Спереди носок, сзади рулѣк,
По бокам ручищи, а внутри людищи.*

(Лодка)

Здесь аномалия выражается на словообразовательном уровне с помощью суффиксов **-ок** и **-ѣк**, а также **-ищ**, несущего семантику «сверхкомплекта».

Аномальные значения в паремиях могут быть найдены и на стилистическом уровне, например, через оксюморон: *Ворона в павлиньих перьях; Волк в овечьей шкуре; Свинья в ермолке; Поспешай медленно; Стрелять из пушки по воробьям и др.*

Как следует из вышесказанного, оппозиция «норма-аномалия» широко представлена в русских паремиях и реализуется на разных уровнях языка. Авторы пословиц, поговорок и загадок, даже описывая стандарт, подчеркивали его, используя при этом предикаты с семантикой аномальности.

Отклонение от нормы в провербальных высказываниях выражаются через отношения «некомплект» – «сверхкомплект», «часть – целое». Они заметнее и экспрессивнее, чем соответствие эталону. Таким образом, аномалия в первую очередь обозначает целое, лишённое важной части, неполноту качеств или, наоборот, их чрезмерность.

Литература/источники:

1. Артамонов В. Н., Уба Е.В. Аномалия как мотив наименования (на материале русских фамилий) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. 2019. № 1. С. 8–15.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.
3. Барли Н. Структурный подход к пословице и максиме// Паремииологические исследования. Сб. статей. М., 1984, С. 127-148.
4. Даль В.И. Пословицы русского народа / В.И. Даль. – 2-е изд. – Санкт-Петербург: Типография М. О. Вольф, 1879. – Т. 2. – 654 с.
5. Журавлев А.Ф. Древнеславянская фундаментальная аксиология в зеркале праславянской лексики // Славянское и балканское языкознание. Проблемы лексикологии и семантики. Слово в контексте культуры. М., 1999. С. 7–32.
6. Николаева Т.М. Загадка и пословица: социальные функции и грамматика // Исследования в области балто-славянской культуры: Загадка как текст. М., 1994. Ч. 1. С. 143–177.
7. Николаева Т. М. Функции частиц в высказывании. М.: Наука, 1985. С. 90.
8. Пермяков Г.Л. От поговорки до сказки (Заметки по общей теории клише). М., 1970.
9. Сурикова О. Д. Аномалия как отрицаемая ценность (на материале паремий с предлогом и приставкой без) / О. Д. Сурикова // Категория оценки и система ценностей в языке и культуре / отв. ред. С. М. Толстая. – М.: Индрик, 2015. – С. 387–402.
10. Wierzbicka A. Semantic primitives. Frankfurt/M.: Athendum-Verlag, 1972. P. 122–146.

Муратов Олег Владимирович,

студент 3 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,

г. Сызрань

oleg-muratoff001@yandex.ru

Пудовкина Ольга Евгеньевна,

научный руководитель, к. э. н., доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,

г. Сызрань

olechkasgeu@mail.ru

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ЭНЕРГИИ – БУДУЩЕЕ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА

Аннотация. В данной статье рассматриваются перспективы и необходимость развития альтернативных источников энергии. Отмечаются положительные стороны использования солнечной и ветровой энергии, и обозначается ряд факторов, которые в настоящее время сдерживают развитие новых видов энергии. Приводится статистика разных стран в производстве возобновляемых источников электроэнергии.

Ключевые слова: альтернативные источники энергии, возобновляемые источники энергии, солнечная энергия, ветровая энергия.

На сегодняшний день основой энергетики до сих пор остаются ископаемые запасы углеводородного сырья – газ, нефть и уголь, на которые приходится около 90% всей получаемой энергии. Однако, оставаясь доминирующим источником энергии, топливные запасы неуклонно сокращаются. Так, по некоторым данным, при нынешнем объеме добычи углеводородного сырья, запасов угля хватит на 270-300 лет, газа – на 60-70 лет, нефти – на 40-50 лет. Учитывая тот факт, что потребление запасов с каждым годом всё увеличивается, реальные значения могут быть ещё меньше. Помимо того, что традиционные источники энергии относятся к невозобновляемым, они

также наносят большой урон окружающей среде. Эти отрицательные моменты наталкивают человечество на перспективное развитие и использование новых источников энергии. Действительно, роль альтернативных источников энергии в последнее время неуклонно возрастает. Учёные всего мира пытаются найти и разработать новые приёмы получения энергии. Самыми наилучшими и перспективными вариантами на замену традиционных источников являются возобновляемые источники, в первую очередь, такие как, энергия солнца и ветра. Данное направление остаётся наиболее важным и динамично развивающимся в энергетике в последние годы.

Солнце является самым сильным источником энергии. Каждую секунду оно даёт Земле около 80 триллионов киловатт энергии, что больше в несколько раз по сравнению со всеми взятыми электростанциями по всему миру. Главной проблемой, стоящей перед специалистами, заключается в том, чтобы найти наиболее совершенные, эффективные способы преобразования солнечной энергии для дальнейшего её использования в бытовых и производственных целях.

Преобразование солнечной энергии в электрическую происходит с помощью фотоэлектрического эффекта. Оборудование содержит элементы, которые изготовлены из полупроводникового материала, способные обнаруживать наличие электрического тока при попадании на них прямых солнечных лучей. Использование фотоэлектрического эффекта в наше время до сих обходится весьма дорого, недостаточно эффективно и нуждается в системе солнечных батарей-аккумуляторов. Однако, прогресс и понимание того, что топливные запасы не безграничны, привело к значительному уменьшению стоимости солнечных батарей. Так, в 1970-х гг. 1 кВт-ч электроэнергии стоил 60 долларов, в 1980-х около 1 доллара, в настоящее время – 10 центов. Учёные пытаются разработать более современные элементы, состоящие из тонкоплёночных полупроводниковых материалов. КПД подобных элементов будет также невелик, приблизительно 15-16%, однако стоимость этих установок будет значительно ниже стоимости современных солнечных батарей.



Рисунок 1 – Конструкция солнечной батареи

Получение солнечной энергии с помощью фотоэлектрических установок является перспективным направлением в энергетике. В их пользу можно отметить то, что эти установки могут применяться в отдаленных районах, пустынных местностях, они бесшумны и не имеют в своей конструкции движущихся частей, требуют минимального обслуживания.

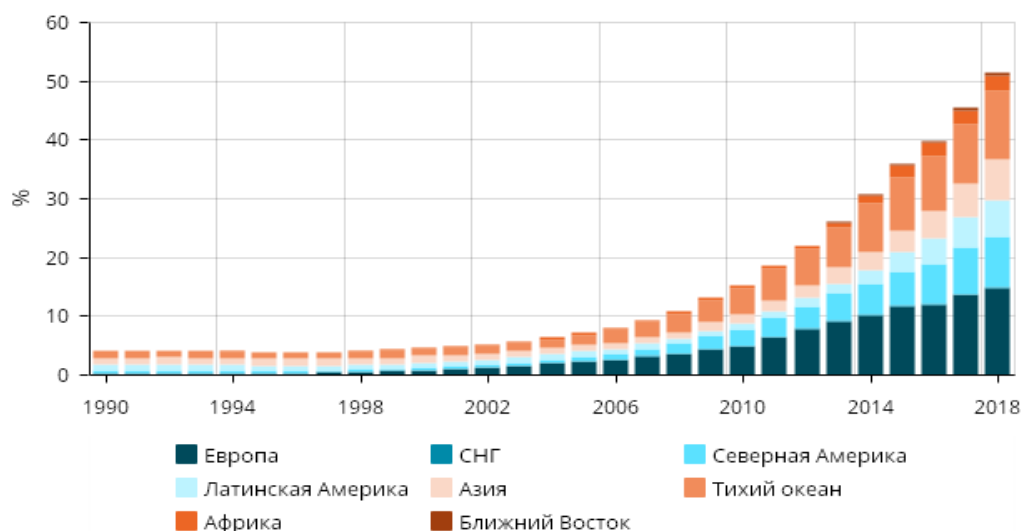
Всё же, солнечные станции не являются полностью идеальными. У них есть свои недостатки. В виду того, что подобные электростанции не до конца изучены, отнести подобные установки к абсолютно экологичным и чистым можно лишь частично. Помимо того, что солнечная энергия обходится гораздо дороже, чем обычная, получаемая из топливного сырья, у данного вида получения энергии есть и экологические не-

достатки. Солнечные установки являются весьма землеёмкими, образуя большие затенение площадей земель. В результате этого, могут происходить изменения условий в почве. Со временем эти земли могут деградировать. Также, негативное влияния может оказывать и нагретый воздух, который образуется под зеркальными отражателями. Это может повлиять на тепловой баланс, влажность воздуха и его направление движения. Нельзя исключать и случаи возгорания систем, которые могут произойти от перегрева, вызванного сильным нагревом воздуха.

Однако все эти недостатки не должны стать преградой в развитии солнечной электроэнергии. Это доказывает тот факт, что в 2016 году солнечная энергетика росла быстрее, чем любое другое топливо, открывая новую эру для солнечной энергетике. Согласно анализу Международного рынка возобновляемых источников энергии, новые мощности солнечных фотоэлектрических систем в 2016 году выросли на 50%, причём на Китай приходится почти половина мирового расширения. Впервые количество солнечных фотоэлектрических добавок росло быстрее, чем любое другое топливо, превосходя чистый рост угля.

Косвенной формой энергии Солнца является энергия ветра, возникающая в результате разности температур в воздушных слоях атмосферы. Ветровую энергию можно считать неисчерпаемой. В настоящее время ряд стран активно развивает ветровую энергетiku. Первое, что хочется отметить, это то, что сам по себе ветер бесплатен, имеет нулевую стоимость, и второе – энергию, которую даёт ветер, можно получать без сжигания углеводородного сырья, тем самым не допускать вредный выброс продуктов сгорания в окружающую среду.

Основной ветроэлектростанций являются ветроэнергетические установки, которые достигают 60-100 метров в высоту. На конце башни имеется ветроколесо, представляющее собой лопасти, диаметр которых составляет 60-80 метров. Ветроэнергетические установки с помощью ветроколеса преобразуют кинетическую энергию ветра в механическую. Далее, механическая энергия преобразуется в электрическую энергию генератора.



Источник: составлено автором с использованием [1]

Рисунок 2 – Тенденция развития ветровой и солнечной электроэнергии за период 1990-2018 гг.

Ветровая энергия с каждым годом становится всё более конкурентоспособной по отношению к энергии, которую получают на тепловых электростанциях. Стоимость 1 кВт-ч электроэнергии составляет приблизительно 7 центов. Также, в пользу ветроэлектростанций можно отнести короткие сроки ввода в эксплуатацию оборудования,

не требуется выделять средства на добычу топлива и, в целом, затраты на сооружение ветровых станций ниже, чем на строительство тепло и атомных станций.

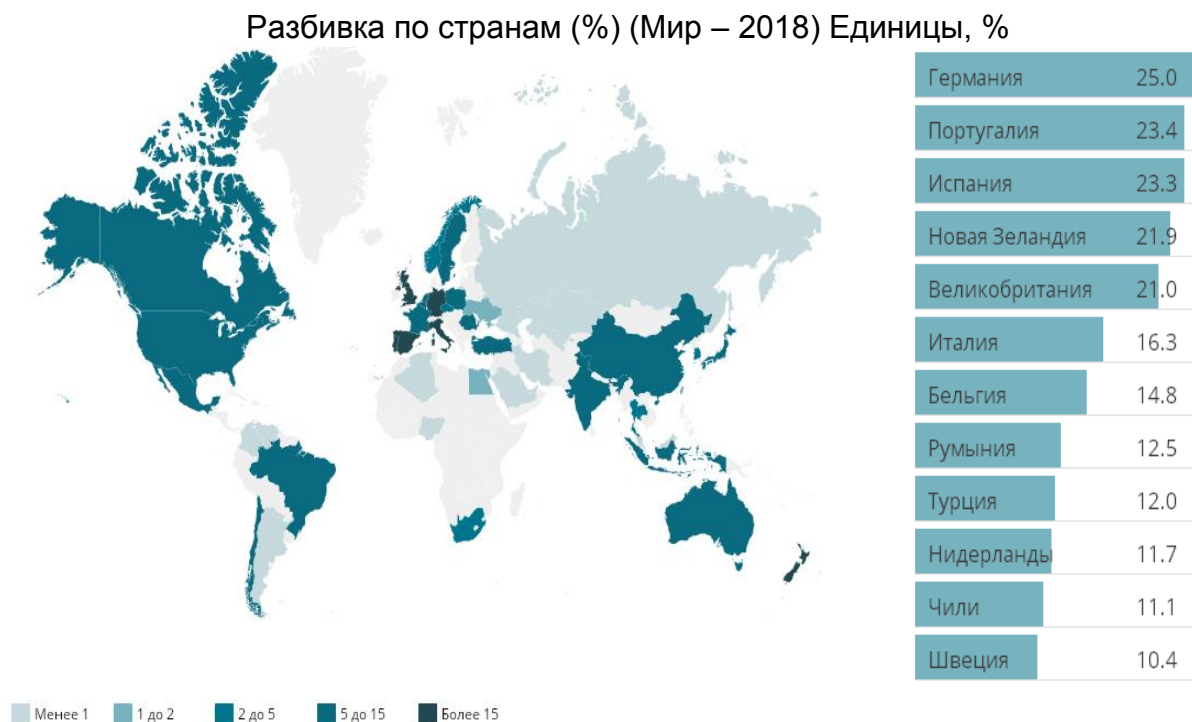
Ветер является специфичным энергоносителем со своими особенностями. Являясь неистощимым источником, он имеет много непредсказуемых физических параметров, причём для каждого региона эти параметры будут отличаться. При строительстве ветроэлектростанций следует учитывать характеристику, которая будет учитывать особенности воздушного потока, например, плотность воздуха, порывистость, розу ветров, скорость движения воздуха.

Если рассматривать ветровые станции с точки зрения безопасности и экологичности, то здесь есть некоторые недостатки. Ветроэлектростанции занимают обширные территории в сотни тысяч гектаров, которые оказываются непригодными для проживания. Ветро двигатели создают сильные шумы, а также издают неслышимые инфразвуковые колебания, вредно действующие на людей. Также ветроэнергетические установки отпугивают зверей и птиц, тем самым нарушая естественный образ жизни животных. Специалисты учли эти недостатки, и приняли решение строить ветроэлектростанции не только на земле, но также размещать системы в открытом море.

Сегодня энергия ветра является наиболее конкурентоспособной технологией на многих, если не на большинстве рынков мира. Появление ветряных / солнечных гибридов, более сложное управление энергосистемой и всё более доступное хранение начинают рисовать картину того, как будет выглядеть полностью коммерческий сектор, не содержащий ископаемого топлива.

Глобальный совет по ветроэнергетике (Global Wind Energy Council) дал отчёт о ветроэнергетике, в котором было сказано, что развивающаяся ветроэнергетическая отрасль успешно конкурирует с на рынке, даже, несмотря на значительные субсидии традиционных технологий производства электроэнергии. В 2018 году было добавлено 51,3 ГВт чистой, свободной от выбросов энергии ветра, в результате чего общее количество установок в мире достигло 591 ГВт.

В настоящее время статистика выработки солнечной и ветровой электроэнергии в мировом масштабе, представленная на рисунке 5 выглядит следующим образом:



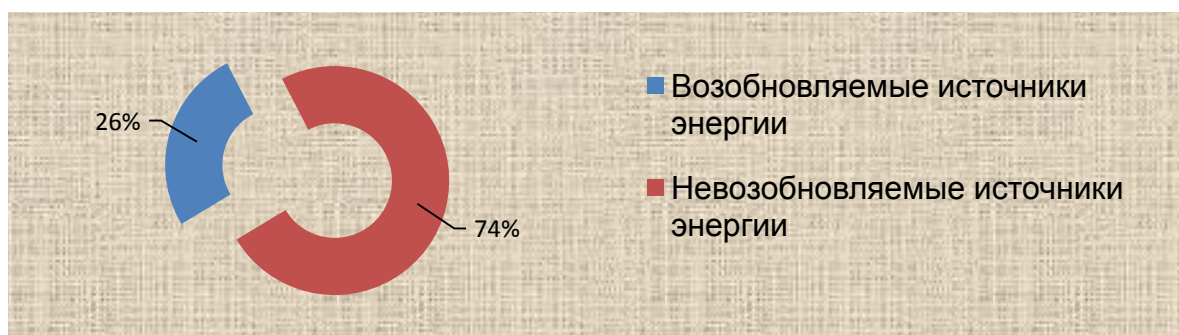
Источник: составлено автором с использованием [1]

Рисунок 3 – Доля ветровой и солнечной энергии в производстве электроэнергии

В 2018 году доля ветровой и солнечной энергии в мировом энергобалансе выросла на 0,8 пункта. В 2018 году на ее долю пришлось более 30% от общего объема дополнительной выработки электроэнергии (16% на солнечную энергию и 15% на ветровую).

В 2018 году доля ветровой и солнечной энергии во всех регионах, особенно в Латинской Америке (масштабное внедрение возобновляемых источников энергии в Бразилии и Чили), Азии (Китай, Индия и Япония) и Европе (особенно в Германии, Великобритании, Бельгии и Турции), продолжала расти, чему способствовали снижение стоимости технологий и амбициозная политика. Ветряные и солнечные технологии также набирают обороты в Соединенных Штатах и Австралии. Они все еще остаются незначительными в Африке и в районах добычи ископаемого топлива (СНГ и Ближний Восток).

Доля выработки возобновляемых источников, включая гидроэнергетику, в мировом масштабе представлена на рисунке 4:



Источник: составлено автором с использованием [1]

Рисунок 4 – Доля возобновляемых источников в производстве электричества (Мир – 2018)

Доля возобновляемых источников энергии, включая гидроэнергетику, в мировом энергобалансе, в 2018 году выросла почти на 1% (+0,8 пункта) и составила почти 26%. Рост в основном связан с появлением новых ветровых и солнечных электростанций, чему способствует амбициозная климатическая политика Европейского союза, Соединенных Штатов, Китая, Индии, Японии и Австралии. Помимо этого, рост связан с резким снижением в последние годы затрат на развитие солнечной и ветровой энергетики, что позволяет развивающимся странам расширять свою базу возобновляемых источников энергии. Благоприятные гидроусловия способствовали росту производства возобновляемой энергии в Европе, Бразилии, Индии, Таиланде, Австралии и Новой Зеландии.

В ближайшие годы возобновляемые источники энергии продолжают расти. К 2022 году мощность возобновляемой электроэнергии должна увеличиться на 43%. На три страны – Китай, Индию и США – будет приходиться две трети глобального расширения возобновляемых источников энергии к 2022 году. Общая мощность солнечных фотоэлектрических систем к тому времени превысит совокупную общую мощность энергосистем Индии и Японии сегодня. Ожидается, что в сфере производства электроэнергии возобновляемая электроэнергия вырастет более чем на треть к 2022 году и превысит 8 000 тераватт-часов, что эквивалентно общему потреблению электроэнергии в Китае, Индии и Германии вместе взятых. К тому времени на долю возобновляемых источников энергии будет приходиться 30% выработки электроэнергии, по сравнению с 24% в 2016 году. Рост производства возобновляемой энергии будет вдвое больше, чем рост добычи газа и угля вместе взятых. Хотя уголь остается крупнейшим источником выработки электроэнергии в 2022 году, возобновляемые источники энергии сокращают разрыв производства с углем вдвое всего за пять лет.

Китай остается бесспорным лидером по расширению мощностей возобновляемой электроэнергии в течение прогнозируемого периода с вводом в эксплуатацию более 360 ГВт мощности, или 40% от общемирового объема. Рост возобновляемых источников энергии в Китае во многом обусловлен опасениями по поводу загрязнения воздуха.

Несмотря на неопределенность политики на федеральном уровне, Соединенные Штаты остаются вторым по величине рынком для возобновляемых источников энергии. Основные движущие силы для наземных ветряных и солнечных электростанций – такие, как многолетние федеральные налоговые льготы в сочетании со стандартами портфеля возобновляемых источников энергии, а также политика на уровне штата в отношении распределенных солнечных фотоэлектрических систем – остаются сильными.

Особый интерес к возобновляемым источникам энергии проявляют развивающиеся страны, одной из которых является Индия. В последние годы в этой стране выделяются значительные средства для развития альтернативных источников энергии. Движение Индии по решению вопросов финансового состояния своих коммунальных услуг и решения проблем интеграции энергосистем приводит к более оптимистичному прогнозу. К 2022 году возобновляемая мощность Индии увеличится более чем вдвое. Этого роста достаточно, чтобы впервые обойти возобновляемую экспансию в Европейском Союзе. Солнечная фотоэлектрическая энергия и ветер вместе составляют 90% роста мощности Индии, так как аукционы принесли одни из самых низких в мире цен на обе технологии.

По России можно сказать, что вопросам развития альтернативных источников энергии уделяется меньше внимания, по сравнению с Европой. Главной причиной этому является то, что, имея большую площадь, Россия содержит значительный запас традиционного энергетического сырья – газа, угля и нефти. Добыча топливных запасов уже имеет свою инфраструктуру. Создание новой инфраструктуры для развития возобновляемых источников требует огромных вложений, что является ещё одной причиной, которая затормаживает развитие новых источников энергии. Однако в последние годы наблюдаются положительные сдвиги. Наличие международного сотрудничества, стремление улучшить экологическую ситуацию в стране – это те моменты, которые заставляют по-другому смотреть на возобновляемые источники, оценить их значимость и необходимость развития в ближайшем будущем.

Солнечная энергетика и ветроэнергетика являются наиболее перспективными и привлекательными направлениями в развитии альтернативных источников энергии. Человечеству необходимо переходить на новые, чистые источники, не растратив до конца традиционные природные богатства. При этом, возобновляемые источники энергии следует рассматривать не с точки зрения конкурентоспособности, по сравнению с топливными ресурсами, а отвести им роль важного направления, способные дополнять, а со временем и вовсе заменить традиционные энергетические средства.

Литература/источники:

1. Мировая энергетическая статистика «Enerdata» [Электронный ресурс] – URL: <https://yearbook.enerdata.ru/renewables/wind-solar-share-electricity-production.html> (дата обращения 05.02.2020)

2. Глобальный совет по ветроэнергетике «Global Wind Energy Council» (GWEC) [Электронный ресурс] – URL: <https://gwec.net/cost-competitiveness-puts-wind-in-front/> (дата обращения 05.02.2020)

3. Международное энергетическое агентство, прогноз развития возобновляемых источников энергии до 2022 г. [Электронный ресурс] – URL: <https://www.iea.org/news/solar-pv-grew-faster-than-any-other-fuel-in-2016-opening-a-new-era-for-solar-power> (дата обращения 05.02.2020)

4. Наумова Ю. Альтернативная энергетика в России: что мешает развитию? / Проблемы теории и практики управления. 2016. №10. С. 57-61.

5. Эдер Л.В., Филимонова И.В., Проворная И.В. Долгосрочные тенденции использования и производства ВИЭ в мировой энергетике / Энергия: экономика, техника, экология. 2015. №2. С. 46-55.

Паршин Максим Сергеевич,
курсант 1 курса, филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)

Тойшева Ольга Анатольевна,
научный руководитель к.э.н., доцент,
доцент 12 кафедры математики и естественнонаучных дисциплин,
филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)
Tojsheva@yandex.ru

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация. *Статья посвящена основным направлениям и особенностям развития информационных технологий в современном обществе. Обосновывает необходимость использования информационных технологий на благо общества, обозначает, какое влияние они оказывают на социальную составляющую общества в целом.*

Ключевые слова: *информационные технологии, современное информационное общество, информационная система, информационная культура.*

Сегодня основным ресурсом современного информационного общества является информация. Процесс сбора, хранения, обработки и распространения информации – методы которые являются основой информационных и телекоммуникационных технологий.

Информационные технологии сегодня представляются большим множеством научных и технических областей знаний, которые находятся в постоянном изучении. Следующим этапом данного процесса, является их практическое применение на благо общества.

Обратившись к истории, отметим, что понятие «информационное общество» в 1960 годах было официально введено в научный оборот. И именно тогда информация превратилась в основной ресурс зарождающегося информационного общества. Еще в 1815 году Натан Ротшильд сказал: «Кто владеет информацией – тот владеет миром». Данное высказывание и сегодня остается актуальным.

Современное общество сегодня – огромный поток разнообразной информации, где большое значение уделяется ее точности и достоверности.

Рассматривая и анализируя процесс использования информационных технологий на благо общества, следует отметить, какое влияние они оказывают на социальную составляющую общества в целом. Основной целью их развития является улучшение качества жизни, а именно увеличение производительности и значительного облегчения их труда. Сегодня информационные технологии все глубже и глубже проникают в деятельность общества. Педагогическая, страховая, медицинская и другие сферы деятельности, которые до определенного времени считались доступными исключительно человеческому духу.

Информационные технологий сложно представить без развития и широкого использования информационных систем. Информационные системы представляются как совокупность основных средств, методов и организационных ресурсов (человеческие, финансовые, технические и т.п.), которые используются с целью хранения, обработки и получения информации в конкретной предметной области для достижения поставленных целей.

Нельзя забывать и про образовательный процесс учебных учреждений. Сегодня современное образование сложно представить без компьютерной техники и современного программного обеспечения. Информатизация сегодня – неотъемлемая часть

жизнедеятельности человека будь то образование, наука, производство и т.п. Научный, технический и общественный прогресс возможен только в том случае, если в них присутствуют информационные и коммуникационные технологии [1].

Информатизация образовательного процесса в вузе относится к приоритетному направлению в любой предметной области, так как позволяет не только улучшать процесс изучения конкретной предметной области, повышать профессиональную подготовку будущих специалистов, но и в целом улучшить учебный и воспитательный процесс обучения.

Применение и использование информационных технологий приведет к неизбежному изменению всех составляющих образовательной системы в целом.

Основой развития информационных и телекоммуникационных технологий являются информационные технологии обучения – это педагогическая технология, которая позволяет использовать не только программные, технические, но и специальные средства для работы с информацией [2].

Исходя из этого, информационные технологии обучения позволяют использовать совершенно новые возможности для передачи знаний, их восприятия, а также производить оценку качества обучения.

Информационные технологии обучения будут способствовать всестороннему развитию личности обучающихся в ходе учебного и воспитательного процесса.

Основой современного информационного образования является подготовка будущих специалистов конкретной предметной области к эффективному участию не только в дальнейшей профессиональной деятельности, но и в жизни общества в условиях информационного общества [3].

На рисунке 1 схематично представлено современное информационное общество.



Рис. 1 – Современное информационное общество и его характерные черты

К характерным чертам которого относят:

- изменение уклада жизни (общение, поиск информации в любой предметной области);
- свобода доступа к информации (локальный, глобальный, корпоративный);
- развитие телекоммуникаций (мультимедиа);
- доступность образования (дистанционное обучение (переподготовка));
- изменение структуры экономики (анализ экономических изменений, как в стране, так и в мире);
- рост информационной культуры (правильное использование информационных ресурсов).

Следует отметить, что современное информационное общество наибольшее

внимание уделяет сети Интернет и службы World Wide Web. Всемирная паутина опутала весь мир. Информация, которая накапливалась тысячелетиями сегодня, стала доступна любому пользователю всемирной паутины.

Используя сети Интернет нельзя забывать об информационной культуре, которая включает в себя:

- поиск и обработку информации;
- формирование мыслительных стратегий;
- формирование поведенческих стратегий;
- нахождение «главного» в потоке информации;
- определение «второстепенного» в потоке информации;
- научная деятельность;
- проектная деятельность;
- передача информации.

Обладание информационной культурой позволяет:

- более полно использовать информационные ресурсы;
- не нарушать законы об авторских правах;
- использовать информационное моделирование при решении задач конкретной предметной области;

- создание, редактирование мультимедийных презентаций;
- иметь представление об информационных процессах и т.д.

В заключении отметим, что роль информационных технологий в развитии современного общества велика. Сложно представить, что большое количество всевозможных процессов в жизни общества, которые протекают в мире происходит без участия в них информационных технологий.

Литература/источники:

1. Крайнова Е.А., Снадченко С.В., Тойшева О.А. Информационные технологии в системе обучения военного вуза. В сборнике: Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики материалы XVI Международной научно-практической конференции : в 2 т.. 2019. С. 1899-192.

2. Тойшева О.А. Системный подход в образовательном процессе. Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. 2017. Т. 11. № S1. С. 121-123.

3. Тойшева О.А., Панцева Е.Ю. Использование и развитие информационных и телекоммуникационных технологий в учебном процессе военного вуза. Проблемы современного педагогического образования. 2018. № 59-4. С. 278-281.

Пашин Роман Антонович,

студент 2 курса, МГТУ им. Н. Э. Баумана,

г. Москва

infobox900@mail.ru

Щербакова Ольга Михайловна,

научный руководитель, к. и. н., доцент кафедры «История»

МГТУ имени Н. Э. Баумана,

г. Москва

roman.pashin99@gmail.com

СОВЕТСКИЙ ПЛАКАТ ВРЕМЕН ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ КАК СРЕДСТВО ОБЪЕДИНЕНИЯ СОВЕТСКИХ ГРАЖДАН

Аннотация. В центре статьи – советский политический плакат периода Великой Отечественной войны как исторический источник. Цель статьи – показать эффективность советского плаката как политического агитационного, коммуникативного инструмента, способствующего объединению советских граждан. Автор

приходит к выводу, что советский плакат стал важнейшим инструментом, который сыграл значительную роль в достижении Победы.

Ключевые слова: Великая Отечественная война, военно-патриотический плакат, исторический источник, имагология, пропаганда.

В 2020 году, в год 75-летия окончания Второй мировой и Великой отечественной войны, исследователи возвращаются к различным сюжетам того периода. Одной из проблем, требующих осмысления сегодня, является пропаганда, поскольку СССР показал свою эффективность и на этом фронте. Пропаганда – необходимая практика в период военных конфликтов. В первую очередь это обусловлено широкой сферой влияния коммуникативного воздействия, как на представителей фронта, так и на трудящихся в тылу как обороняющейся, так и наступающей стороны. Исходя из этого, результатом пропагандистской деятельности может быть как общее поднятие духа и рост патриотических настроений, так и нарастающая неуверенность в справедливости своих действий, из чего можно сделать вывод, что от эффективности ведения пропагандистских и агитационных работ в немалой степени зависит исход военных действий. Понятие «пропаганда» обозначает не сами идеи, теории и взгляды, а их распространение, разъяснение с помощью определенной системы средств, форм и методов [1, с. 9]. В Советском Союзе пропаганда, как средство воздействия на массовое сознание, играла основополагающую роль в общественной и политической сферах. Она способствовала распространению советской идеологии, определяла направление развития общества, ценности и мировоззрение человека, что в период войны имело определяющее значение.

Во время Великой Отечественной войны из общего перечня пропагандистского инструментария особенно выделялись советские плакаты, которые относятся к сложным, креолизованным текстам, сочетающим вербальные и невербальные элементы, нацеленные на комплексное воздействие на адресата. От иных возможностей пропаганды их отличает краткость и доходчивость призыва, универсальность и легкодоступность информации, наличие визуального образа, что, по оценкам исследователей, существенно – до 55% – повышает восприятие [2, с. 27, 87-89, 92].

В данной статье представляется важным проанализировать военно-патриотические плакаты 1941-1945 г., рассмотреть их как важный исторический источник, выявить причины, которые позволили превратить воздействие плакатного искусства в особый инструмент, в один из рычагов консолидации советского народа на беспощадную и эффективную борьбу с врагом.

Исследователи признают, что изучение плаката периода Великой Отечественной войны нелегко [3]. Прежде всего, потому, что их количество не известно. Так, например, одно только государственное издательство «Искусство» отпечатало в период 1941-1945 гг. в Москве и Ленинграде 800 плакатов в количестве 33 миллиона оттисков, сколько же плакатов было издано по всему СССР или даже по РСФСР. Тем не менее, огромные тиражи доказывают особую роль плаката на всем периоде войны, когда доступными художественными средствами удавалось донести заложить в сознание народы суть борьбы с нацистами и стремление сражаться с ним до последней капли крови [4, с. 223].

Первый плакат с лозунгом «Беспощадно разгромим и уничтожим врага» был написан Кукрыниксами (группа художников, в составе – М. Куприянов, П. Крылов, Н. Соколов) 22 июня 1941 года – в первый день войны, и уже через два дня вышел в печать. Это послужило началом для миллионов экземпляров за годы войны. Наиболее известными художниками жанра были Д. Моор, В. Дени, М. Черемных, И. Тоидзе, А. Кокорекин, В. Иванов, В. Корецкий. Успешно трудились группы художников, наиболее известные из них – уже поминаемые Кукрыниксы, «Боевой карандаш», «Окна ТАСС». Плакаты выпускались в огромных количествах, некоторые из них стали насто-

ящей классикой советского искусства. В силу этих особенностей советский плакат оказался не только мощным идеологическим инструментом, но и явлением, нашедшим немедленный отклик в сердцах и сознании советских граждан. Плакаты стали третьим фронтом Великой Отечественной войны [5, с. 83].

В первом приближении советский плакат может показаться явлением гомогенным, однако, это не так. В тяжелый для государства период, которым, безусловно, является Великая Отечественная война, агитационный плакат не всегда был способен решить поставленную задачу, что и стало причиной появления плаката пропагандистского, предназначенного для наименее политически образованного зрителя и обращенного к сознанию. Все плакаты времен войны можно разделить на две обширные группы: фронтовые и тыловые. К первой группе можно отнести плакаты героические и сатирические, ко второй, более разнородной – героические, социальные и рекламные [6, с. 328-329].

Рассматривая плакат с имагологической точки зрения, можно проследить явную градацию образов по принципу «свой, другой, чужой». Известно, что СССР был государством интернациональным. Этнически разнообразное общество, обладающее единым самосознанием, в плакате именовалось «советским», что позволяло активно использовать советскую идентичность для более широкого охвата целевой аудитории. Наиболее часто «своему» положительному, героическому образу соответствовал воин Красной Армии – согласно исследованиям Шалыгиной Д. Л. и Куликова В. А., второй по частоте употребления вербальный код. Более чем в половине выбранных плакатов, положительный образ сосуществовал в пространстве плаката с образом негативным, роль которого была отведена фашистскому солдату [7, с. 55].

Героические плакаты начала войны изобиловали сценами борьбы воина Красной Армии и фашиста, изображением ответного наступления: «Завоевание октября – не отдадим!» (1941), «За родину!» (1941), «Бей врага, как его били отцы и старшие братья – матросы октября!» (1941), «За родину, за честь, за свободу!» (1941). Нельзя не отметить работы, авторы которых проводили параллель между современными воинами и героями прошлого [8, с. 216-217]. Такая тенденция была задана словами И.В. Сталина «Пусть вдохновляет вас в этой войне мужественный образ наших великих предков – Александра Невского, Дмитрия Донского, Кузьмы Минина, Дмитрия Пожарского, Александра Суворова, Михаила Кутузова!..», сказанными на выступлении 7 ноября 1941 г. [9].

Отдельно стоит упомянуть пользование образа женщины на пропагандистском поприще. Гендерная идентичность – обязательное условие военной агитации. И если в данном контексте мужчина – это воин, защитник, то женская роль более универсальна. В контексте тылового плаката, образ женщины – это патриот, демонстрирующий высокую социальную активность, готовый или заменить мужскую часть населения в военное время, являя собой пример для тружениц тыла. Достаточно вспомнить такой известный плакат, как «Чем крепче тыл – тем крепче фронт!» (1941). Или встать бок о бок с советскими солдатами в качестве боевого товарища, санитарки – «Вставай в ряды фронтовых подруг; Дружинница – солдату помощник и друг!», 1941. Однако наибольшее распространение получили женские образы, не определенные социальным положением и ориентированные на фронт. Это обусловлено внедрением невербального кода «женщина как сексуальный объект», «женщина как продолжательница рода» [10, с. 38-39]. Нередко описывались женщины различного возраста, обращающиеся к воинам-защитникам, олицетворяющие собой близкого и беззащитного человека, над которым нависла угроза: «Боец Красной Армии! Ты не дашь любимую на позор...» (1942), «Освободи!» (1942), «Мсти немецким псам!» (1943). Закономерно, что подобный сюжет имел огромное воздействие на фронтовую часть.

Создавая образ врага, «чужого», авторы преследовали две цели – пробудить в читателе или искренний смех, или живую ненависть. Основным инструментом для выполнения первой задачи являлась сатира, наиболее часто используемая при гротеск-

ном изображении лидеров, военачальников противника. Например, «Наполеон потерпел поражение. То же будет с зазнавшимся Гитлером!» (1941 г.). Нередко в пространстве плаката фашисты оказывались в ситуациях, демонстрирующих их беспомощность, бессилие («Речи бессвязные, взоры усталые», 1942 г.). Примечательным выглядит плакат «Ось сломалась» (1943 г.), написанный после объявления итальянским правительством безоговорочной капитуляции. Авторами высмеивались не только фашисты, но и их союзники: «Две фашистские собаки. Гитлер их довел до драки» (1942 г.), рассматриваемые как не более чем безвольные подданные фашистского режима. Вышеописанная сатира подчеркивалась реалистичным, победоносным советским образом («Вон!», 1941 г.). С помощью подобного контраста авторы стремились передать ощущение неотвратимости победы [11, с. 81-82].

Однако сатира использовалась не только с целью высмеивания противника. Так, карикатурный образ «человеколюбивого» Гитлера (Окно ТАСС № 1145, 1945 г.) представляет лидера фашистской Германии уродливым, звероподобным, озлобленным существом, обгладывающим человеческие кости, а сама работа выполнена в мрачных тонах. Впрочем, при встрече с солдатами Красной Армии фашисты, изображенные в нечеловеческих, гиперболизированных обликах, терпят поражение или впадают в ужас (Окно ТАСС № 981, 1945 г.).

Реалистичное изображение немецкого солдата сопровождалось грабежами, убитым или увеченным мирным населением: «Фашистский плен – это зверства, мучения и пытки» (1941 г.), «Мы за все вам, убийцы, отплатим!» (1942 г.), «Убей его!» (1945 г.). Работа выполнялась также, преимущественно, в мрачных тонах. Основным посылом данного пласта плакатов был призыв к мести, что хорошо прослеживается в вербальном содержании.

Примечательно, что в 1942-1943 гг. политическая категория врага («фашистский») сменилась национальной («немецкий»), а реалистичные образы стали преобладать над сатирическими [12, с. 30].

Из выше сказанного можно заключить, что плакату была присуща динамичная и гибкая имагология. Это позволяло авторам корректировать призыв в зависимости от хода военных действий.

Таким образом, автор приходит к выводу, совокупный советский плакат является содержательным историческим источником. В годы Великой Отечественной войны плакаты стали эффективным, структурно сложным, но в то же время легкодоступным для восприятия особым видом изобразительного искусства и одновременно политическим инструментом. Плакаты, издававшиеся огромными тиражами, успешно использовались в 1941-1945 гг. и сыграли свою, заметную и немаловажную, роль на пути Советского Союза к Победе.

Искусство военного плаката как исторический источник имеет важное значение сохранила, сохраняя для нас память о духовной силе народа. И это нашло отражение во всенародной акции, «Бессмертный полк», идея которой возникла еще в 2007 году. Акция, в определенной степени, продолжает и традицию советского плаката, поскольку мы выходим 9 мая на улицу со своими, самодельными плакатами. Подобные мероприятия, глубоко связанные с нашим историческим прошлым, способствуют формированию современных патриотических устремлений молодежи, что в свою очередь, способствует формированию национального самосознания, внутренней целостности которого – залог развития, целостности и безопасности Российской Федерации.

Литература/источники:

1. Поздняков П.В. Устная коммунистическая пропаганда. М.: Политиздат, 1988. 253 с.
2. Ворошилова М.Б. Политический креолизированный текст: ключи к прочтению. Екатеринбург, ФГ БОУ «Урал. гос. пед. ун-т», 2013. 198 с.
3. Плакаты времен Великой Отечественной войны. <https://yandex.ru/collections/user/tgalutskih2018/plakaty-sssr-vremen-vov/> (дата обращения: 27.02.2020).

4. Гамалей С.Ю. К вопросу о роли политического плаката в годы Великой Отечественной войны // Сохранение, изучение и популяризация наследия: опыт участия и векторы развития. Материалы Всероссийской с международным участием научно-практической конференции. 2019. С. 222-226.

5. Баркова В.В. Использование плакатов военных лет в формировании исторической памяти в молодежной среде // Инновационное развитие профессионального образования. 2019. №4 (24). С. 80-89.

6. Спешилова А.Ю. Культурологическое осмысление жанров советских плакатов времен Отечественной войны // Омский научный вестник. 2006. С. 327-330.

7. Шалыгина Д.Л., Куликов В.А. Специфика пропагандистского плаката во время Великой отечественной войны как средства конструирования советской идентичности // Вестник Пермского университета. Серия: История. Выпуск 2(16). 2011. С. 54-57.

8. Ларионов А.Э., Дорковая М.В. Образы русской истории в советской пропаганде периода Великой Отечественной войны (часть 1) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. 2019. №4. С. 213-225.

9. Сталин И.В. Речь на параде 7 ноября 1941 г. «Правда», 8 ноября 1941 г.

10. Галимуллина Н.М. Женские образы в советской пропаганде периода Великой Отечественной войны // Вестник Социально-педагогического института. 2014. №1(9). С. 37-40.

11. Фомичева А.В., Нечаева Т. Ю. Искусство плаката в годы Великой Отечественной войны // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации в сборнике материалов Всероссийского научного форума молодых исследователей. 2016. С. 80-83.

12. Федосов Е.А. Национальные категории в советском агитационном плакате периода Великой Отечественной войны // Вестник Томского государственного университета. История. 2015. №4(36). С. 29-34.

Сорокина Дарья Игоревна,

студентка 3 курса,

Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,

г. Сызрань

Womkik@mail.ru

Шарохина Светлана Владимировна,

научный руководитель, к. э. н., доцент,

Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,

г. Сызрань

sharokhinatv@gmail.com

О ВОЗМОЖНОСТЯХ КУЛЬТУРАЛЬНОЙ СОЦИОЛОГИИ В ИССЛЕДОВАНИИ МЕДИАКУЛЬТУРЫ

Аннотация. В статье исследуются возможности нового методологического подхода к анализу медиакультуры, которая, по мнению автора, претендует на то, чтобы охватывать собой все сферы бытия человека и общества от индивидуального сознания до цивилизационных процессов. Аргументирован вывод о том, что культуральная социология может быть продуктивным инструментарием для объяснения доминирования медиакультуры в повседневной жизни человека.

Ключевые слова: медиакультура, культуральная социология, бинарные представления, бинарные дискурсы, культурные коды, структурализм, герменевтика, перформанс.

Культуральная социология сравнительно молодая научная парадигма, которая ставит культурный аспект выше социального. Медиакультура с точки зрения культуральной социологии представляет собой не просто одну из коммуникативных систем,

в ее парадигме культура представляет собой среду, что способствует социальности, а медиакультура представляет собой метакультуру информационного общества в целом [1]. В таком случае медиакультура претендует на то, чтобы охватывать собой все сферы бытия человека и общества от индивидуального сознания до цивилизационных процессов.

Цель статьи – описание основных принципов культуральной социологии.

Медиакультура – это культура образов, знаков, она является производителем смыслов, идеологий, влияющих на определение и понимание действительности [1]. Социологическая мысль сделала серьезный шаг в сторону культуры в 1980 – х гг., когда американский социолог-теоретик Дж.С. Александер сформировал основные принципы культуральной социологии [1].

Главный тезис этой теории базируется на том, что нельзя отрицать того, что в современных условиях культура, опосредованная мощной медиаиндустрией и медиатехнологиями, становится автономным фактором формирования идентичности и развития социума. Проникновение новых технологий в сферу культуры превращает ее в мощное информационное поле смыслов, которые в процессе передачи трансформируются, превращаются в коды. Социальные элементы опосредуются культурными кодами. Дж. С. Александер определяет культуру, как организованную множественность символических образцов (моделей), понимаемых многозначительно и находящихся в рамках такой упорядоченной системы, в которой каждое социальное действие может быть понято, как текст [3].

Дж. С. Александер утверждает, что культура является окружающей средой каждого действия и наполнение мира значениями, является входением в организованную цепь символических образцов, которые действующие индивиды понимают символично. Он отмечает, что социальные реалии приобретают определенное ценностное содержание только в результате определения, кодирования [4].

По мнению Дж. С. Александера культура имеет относительную автономию, осуществляет самостоятельное и довольно существенное влияние на характер институтов и социальных действий людей. Свою теорию он называет сильной, поскольку она ставит культуру на первое место, а не на второстепенное, которое ей отводилось в социологии культуры.

В рецензии на книгу Дж. С. Александера «Смыслы социальной жизни. Культуральная социология» Л. М. Семашко выделяет пять основных положений его теории [5].

Во-первых, современные люди живут без реального знания причин происходящего. Их жизнь и действия окутаны в риторику добра и зла, дружбы и вражды, бога и отечества, цивилизации и хаоса. Эти риторики являются глубоко укоренившимися культурными структурами. Понять их – это задача культурной социологии. Таким образом, культурные структуры, под которыми понимаются идеальные смыслы и значения, не менее необходимы обществу, чем материальные и социальные. Медиакультура не только передает такие смыслы, но и активно конструирует их в соответствии с задачами медиаиндустрии.

Во-вторых, содержанием в понимании культуральных структур является соотношение материальных и идеальных аспектов. Культуральная социология делает коллективные эмоции и идеи, которые правят миром, центральным предметом исследования. Дж. С. Александер обосновывает свою позицию, как плюралистическую, где материализм и идеализм включены в теорию, как равноправные составляющие.

В-третьих, особое место в культуральной теории Дж. С. Александера имеет психоаналитический аспект. Культуральные структуры являются подсознательными, хотя и регулируют общество, их можно изменить, но не отменить. Культуральные структуры и содержания производятся обществом, даже если они невидимы. Культуральная социология должна сделать их видимыми, сделать социальное бессознательное явным, обозримым.

В-четвертых, Дж. С. Александер хорошо понимает, что современный мир – это сочетание реальности и вымышленных нарративов. Даже добро и зло – это символические коды. Бинарные символические оппозиции истины / лжи – это только шифры, которые мы можем отделить только в будущем. А поскольку современное общество отличается от традиционного общества многомерностью и противоречивостью, то шифры доступны только многомерному, междисциплинарному и диалектическому мышлению.

В-пятых, теоретические разведки Дж. С. Александера можно назвать постфундаментальными. Они двигаются между теоретизированием и исследованием, интерпретацией и объяснением, культурной логикой и культурной прагматикой.

Таким образом, социология культуры считает культуру чем-то внешним, отделенным от доминирующего смысла и объясняет это, как нечто зависимое, а не как, действительно, независимую переменную. Слабая роль, отведенная культуре в социологии культуры, делает ее слабой программой. Если в этом ракурсе посмотреть на медиакультуру, то можно сделать кардинально разные выводы об ее роли и значения. С точки зрения социологии культуры медиакультура будет выступать только в роли одной из культур рядом с традиционной, элитарной, народной, индивидуальной, этнической, маргинальной и т.д. С точки зрения культуральной социологии медиакультура по сути сливается с понятием культуры как таковой, которая имеет наиболее широкое значение и охватывает все сферы бытия людей.

Дж. С. Александер выделяет классический период (до 1960-х гг.) социальной теории культуры. Этот период он определяет как время слабой программы. Но и в современной культурной теории (после 1960-х гг.) он насчитывает четыре типа слабой программы: Бирмингемская школа, П. Бурдьё, М. Фуко и теорию производства и потребления культуры. По его мнению, слабая программа остается доминирующей в социологических исследованиях культуры современного периода, но в нем возникает тенденция культуральной социологии, сильной программы.

Первым шагом становления сильной программы признается герменевтический проект достаточного описания, представленный в работе К. Гиртца (1964 г.). В ней культура представлена богатым и сложным текстом с трудно уловимым узором влияния на социальную жизнь. К. Гиртц постоянно подчеркивает, что общества похожи на тексты и поэтому могут быть прочитаны как текст.

Дж.С. Александер дополняет подход К. Гиртца герменевтикой универсального, утверждая, что культура является внутренним жизненным текстом, а не ее внешним окружением. Это подтверждает необходимость автономии культур. В отличие от К. Гирца он понимает культуру не только как текст, но и как текст, насыщенный знаками и символами. Поэтому для Дж. С. Александера бесспорным авторитетом является вклад К. Леви-Стросса в синтез лингвистического и социологического подходов, в понимание автономии культуры [1].

Интересным является его мнение о том, что смыслы – это производные от знаковой системы, они имеют определенную автономию от социальной детерминации. В этом понимании культура становится такой же объективной структурой, как и любой социальный факт. Если это теоретическое положение приложить к анализу медиакультуры, то становится очевидным, что она, будучи производителем знаков, является господствующим производителем смыслов культуры. Медиа целенаправленно создают культуральные структуры. В условиях современного общества, которое называем обществом постмодерна, все больше проявляются черты нелинейного развития, диффузии, культурных парадоксов и травм [6]. Культуральные структуры могут помочь упорядочить эти структуры, сформировать консенсус, общественное мнение. Примером целенаправленных культуральных структур могут выступать бренды, имиджи, мифы, ритуалы, перформансы. Особое значение в формировании культуральных структур приобретают медиа. Именно журналисты, институты массмедиа интерпретируют действи-

тельность, политический перформанс, а аудитория впитывает в себя эту интерпретацию. При этом журналисты не только фильтруют политические представления, но и формируют аудитории о том, как они сами пришли к этим интерпретациям [7].

Еще одной методологической основой теории Дж. С. Александера выступает нарративная теория, которая призвана раскрывать нарративные формы: моральную пьесу или мелодраму, трагедию, комедию, романс, иронию и т.п. Нарративная теория объединяет герменевтические исследования К. Гиртца и общую культуральную теорию (культуральную социологию).

Культуральная социология подчеркивает центральную роль текстов, которые порождают смыслы, а социальный контекст рассматривается в ней как институты и процессы, пронизывающие и наделяющие смыслом культурные тексты. Социальные институты и процессы являются аренами, в которых культуральные (идеальные) силы соединяются на арене социума, выступают посредниками, причинами культурных смыслов. Медиакультура, как культура – посредник транслирует и формирует соответствующие тексты, которые означают процессы, структуру социального действия. В связи с этим тексты медиакультуры можно считать первичными по отношению к социальным институтам. Для Дж. С. Александера структурализм и герменевтика выступают важными партнерами для конструирования общей теории автономии культуры как стержня культурной социологии.

В теории Дж. С. Александера важным является инструмент бинарных представлений и бинарных дискурсов в исследовании медиакультуры. Эти бинарные оппозиции создаются людьми, кодируются соответствующим образом и приобретают содержание в соответствии со знаком. Такой анализ он осуществляет на примере холокоста. Он считает, что холокост не был бы открытым, если бы не было победы над фашизмом. Для Дж. С. Александера понятия и добра, и зла – это не социальный факт, а культурно-сконструированное коллективное представление, это – результат кодирования через бинарную оппозицию. В каждой сфере, в каждом национальном обществе как едином целом есть искусственно разработанные нарративы о том, как развивается зло, где оно скорее может появиться, об эпохальных битвах, которые имели место между добром и злом, и о том, как добро в очередной раз побеждало зло [7].

С помощью культуральных кодов можно рассматривать все сферы жизни. Важнейшим механизмом создания культуральных кодов является перформативность. У Дж. С. Александера перформанс выступает в качестве инструмента создания кодов. Технология перформанса, прежде всего, касается медиа. Медиа продуцируют и распространяют имиджи, символические образы политиков. Целью имиджмейкеров и пиарщиков является распространение привлекательного образа политика, товара, какого-либо объекта на широкий круг потребителей или избирателей.

С точки зрения Дж.С. Александера сильная программа культурной социологии настаивает на автономности культуры и является достаточным поводом для утверждения о том, что медиакультура, как господствующий производитель смыслов и образов, имеет право называться метакультурой современного общества.

С другой стороны, культурная социология не ставит целью и не может выступать метатеорией общества, и, хотя она блестяще раскрывает частные культурные смыслы, понять полностью общий социальный смысл общества не может, как и все другие теории [1].

Через призму культуральной социологии трактуется и технология, как знак, который одновременно является означающим и указанным, по отношению к которому акторы не могут проявлять свои субъективные состояния ума [4]. Современный технологический дискурс особенно важен для образа будущего человечества. Перспективы развития технологий будут определяться не только технико-экономическими возможностями, но и тем, как люди будут осуществлять определение научно-технических достижений через призму бинарных оппозиций добра и зла.

Методологический подход Дж.С. Александра заключается в том, что мы имеем дело не с реальными объектами, а со сконструированными. Суть реальности формируется с помощью символов и знаков в процессе коммуникации людей в повседневной жизни, часто целенаправленно. Даже конфликты возникают не просто между реальными сторонами, а между демократическими и недемократическими сторонами, властными и оппозиционными. Решение конфликта часто осуществляется не на военном, политическом или экономическом поле, а на поле культурном, информационном. При этом социолог обосновывает новые основы знания эпохи постмодерна механизмами определения и кодирования реалий. Это механизмы массовых коммуникаций, которые создают современную медиакультуру.

Медиакультура состоит из культуральных кодов, поскольку в ситуации постмодерна, который характеризуется диффузией, нелинейностью, фрагментарностью, необходимо упорядочение социума, формирование общественного мнения, общественного консенсуса. Поэтому культуральные коды создаются целыми институтами рекламы, пиара, имиджологии, социальной инженерией. Примерами целенаправленных культуральных кодов являются мифы, имиджи, бренды. Наиболее важным механизмом искусственного создания культуральных структур Дж. С. Александер считает перформантивность – механизм, который не столько описывает мир, сколько его конструирует. Медиаспектакли часто не имеют дела с реальностью, они осуществляют замену самой реальности интерпретациями [7]. Смысл, что вырабатывается в перформансе, часто является более важным, чем реальная жизнь.

Таким образом, задачей культуральной социологии выступает анализ производства содержания медиакультуры, воздействий культуральных кодов на сознание. Соответственно возникает и вопрос идентификации, который тесно связан с борьбой за власть. Культуральная социология использует понятие перформанса, как инструмента создания культуральных кодов, представленных через медиакультуру, применяет понятия бинарных оппозиций, которые маркируют представления субъекта и его позиционирование среди других. Особое значение в формировании культуральных структур приобретают медиа. Медиакультура формируется институтами масс-медиа, которые интерпретируют действительность, распространяют и продуцируют политический перформанс, а уже потом аудитория впитывает в себя эту интерпретацию.

Литература/источники:

1. Зражевская Н.И. Культуральная социология в исследовании медиакультуры // Мир социальных коммуникаций: научн. журн. [Под ред А.Н. Холода]. – Т.5. – К.: КиМУ, ДонНУ, 2012. С. 25- 28.
2. Романовский Н.В. Пример для подражания нашим молодым социологам – кейс Джеффри Александра // Вестник РГГУ. – 2015. -№ 3. С.15 – 26.
3. Джеффри Александер. Смыслы социальной жизни. Культурсоциология. – М: Праксис, 2013. – 640 с.
4. Кравченко С.А. Культуральная социология Дж. Александра (Генезис, понятия, возможности инструментария) // Социологические исследования. – 2010. – № 5. С. 13-22.
5. Семашко Л.М. Смыслы культурной социологии. Рецензия на книгу Джеффри Александра «Смыслы социальной жизни. Культурная социология». Нью-Йорк: Издательство Оксфордского университета, 2003. – 296 с.
6. Пилюгина Е.В. Россия в пространстве постмодерна // Вестник Вятского государственного университета. – 2016. №1. С. 9 – 14.
7. Александер Дж. С. Демократическая борьба за власть: президентская кампания в США 2008 года / Дж. С. Александер // Вестник МГИМО-Университета. – 2008. – № 3. С.73 – 80.

Утюжников Петр Николаевич,
курсант 1 курса, филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)

Тихонов Юрий Алексеевич,
к. э. н., доцент, филиал военного учебно-научного центра
военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия
имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»
в г. Сызрани (г. Сызрань)
Tikhonovy.a@mail.ru

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Аннотация. *Статья посвящена информатизации общества в РФ. Рассмотрены информационные революции, предшествующие информатизации общества. Дано определение информатизации общества, проведена периодизация процесса информатизации общества в РФ. Проанализированы федеральные целевые программы по информатизации различных сфер общества в РФ.*

Ключевые слова: *информационная революция, информатизация общества, федеральная целевая программа.*

Эволюция средств обработки, передачи и хранения информации в процессе развития человеческого общества носила скачкообразный характер. В истории развития человечества было несколько радикальных трансформаций в информационной области, которые называют информационными революциями [1].

В истории развития человеческого общества можно выделить четыре информационных революции, которые существенно ускорили его развитие.

Первая информационная революция обусловлена изобретением письменности. С распространением письменности стало возможным накапливать и передавать знания следующим поколениям. Цивилизации, овладевшие письменностью, быстрее развивались и имели более высокий экономический и культурный уровень по сравнению с другими. Примерами этого служат Китай, Древний Египет, страны Междуречья. Наиболее революционным можно назвать переход от иероглифической и пиктографической письменности к алфавитной, что сделало ее более доступной и привело к перемещению цивилизационного центра в Европу.

Вторая информационная революция была обусловлена изобретением в середине шестнадцатого века книгопечатания. Книга позволила не только хранить информацию, но сделать ее доступной для большого количества людей. Грамотность приобретает массовый характер. Это значительно ускорило промышленную революцию и развитие науки и техники. Книги позволили перешагнуть границ стран, тем самым способствуя созданию общечеловеческой цивилизации.

Третья информационная революция была связана с быстрым развитием средств связи в конце девятнадцатого века. Телефон, телеграф, радио дали возможность передавать информацию быстро и на любые расстояния. Это можно назвать точкой начала процесса, который в настоящее время называют глобализацией. Прогресс в развитии средств передачи информации в свою очередь способствовал бурному развитию науки и техники.

Четвертая информационная революция, которая началась в семидесятые годы двадцатого года, обусловлена появлением микропроцессорной техники и главным образом персональных компьютеров. Важно отметить, что именно создание микропроцессорных систем, а не создание на их основе персональных компьютеров определило

четвертую информационную революцию. Появившиеся затем компьютерные телекоммуникации привели к радикальным изменениям в системе хранения и поиска информации. Таким образом, были созданы условия для перехода человеческой цивилизации от индустриального к информационному обществу. В информационном обществе большинство работающих занято производством и хранением различных видов информации. Началом этого процесса служит интенсивное внедрение современных средств обработки и передачи информации в различные сферы деятельности человека.

Именно четвертая информационная революция дала толчок к столь значительным переменам в развитии современного общества, что привела к появлению нового термина «информационное общество».

Термин «информационное общество» был впервые введен в оборот профессором Токийского технологического института Ю. Хаяши в 1969 году. Данный термин характеризует общество, в котором обращается информация высокого качества, а также имеются необходимые технические средства для ее использования, распределения и хранения. Это означает, что каждое заинтересованное лицо или организация может быстро и легко получить всю необходимую информацию в удобной для них форме.

Информатизация и повсеместная компьютеризация заставляют людей осваивать новые знания и навыки, мыслить по-новому, чтобы быть востребованными в условиях и реалиях компьютеризированного общества и реализоваться как специалистам. Информатизация представляет собой интенсивное применение информационных технологий во всех отраслях человеческой деятельности, глобализацию. В настоящий момент времени создаются базы знаний во всех сферах деятельности человека. Идет формирование баз данных в различных сферах, включая образование, коммерцию и даже быт. В отличие от индустриального общества, где главным ресурсом выступает капитал, в информационном обществе главным ресурсом является информация и знание.

Работу органов власти в области разработки и реализации политики государства в сфере формирования информационного общества в нашей стране можно разделить на несколько периодов. В первый период (1991-1994) были разработаны основные положения в области информатизации. Вторым (1994-1998) был отмечен переходом от информатизации к выработке информационной политики. Третий, который длится в настоящее время, характеризуется формированием политики в области формирования информационного общества [3].

Направления решений ключевых проблем по информатизации в нашей стране конкретизированы в виде совокупности экономических, организационных и правовых мероприятий в Указе Президента России «Об основах государственной политики в сфере информатизации» от 20 января 1994 года. Ключевыми позициями данного указа являются [5]:

- формирование и применение способов информационного сервиса граждан в разных областях деятельности в массовом порядке;
- формирование и совершенствование ключевых элементов механизма информатизации;
- создание условий для получения знаний по компьютерной технике и по формированию информационной образованности граждан.

По заданию Комитета Государственной Думы по информационной политике (1996-2000 гг.) была подготовлена концепция государственной информационной политики. Данная концепция получила положительную оценку Комитета Государственной Думы 15 октября 1998 г., а также со стороны Постоянной палаты по государственной политике России 1 декабря 1998 г [4].

В Японии в г. Окинава в июле 2000 года развитые страны (страны «восьмерки») утвердили Хартию общемирового информационного общества. В ней изложены клю-

чевые положения для вступления государств в его состав. «Восьмерка» продекларировала главные принципы, на которых должна быть основана политика по созданию информационного общества [2].

В апреле 2001 года Президент России Путин В.В. встретился с руководством ключевых организаций, которые работают в области информационных технологий. Были обсуждены вопросы, напрямую связанные с разработкой стратегических программ федерального значения, реализация которых направлена на развитие и массовое использование информационных технологий. Вскоре широкой общественности, был представлен проект федеральной целевой программы «Электронная Россия».

В 2002 году федеральная целевая программа «Электронная Россия» была утверждена правительством России. Реализация программы была рассчитана на период с 2002 по 2010 гг. Она дала сильный импульс формированию информационного общества в регионах России. Ее основные задачи [6]:

- рост результативности государственного управления;
- совершенствование информационных технологий;
- увеличение числа компетентных пользователей и специалистов;
- информационная прозрачность действий власти;
- формирование информационной инфраструктуры (порталов);
- применение интеллектуального потенциала России по максимуму.

Программу «Электронная Россия» сменила программа «Информационное общество» (2011-2020 гг.). Она включает задачи, не решенные предшествующей программой и должна реализовать ряд новых задач [7].

В состав госпрограммы включено шесть подпрограмм:

1. «Качество жизни граждан и условия развития бизнеса»;
2. «Электронное государство и эффективность государственного управления»;
3. «Российский рынок информационных и телекоммуникационных технологий»;
4. «Базовая инфраструктура информационного общества»;
5. «Безопасность в информационном обществе»;
6. «Цифровой контент и культурное наследие».

Для каждой подпрограммы определены единая задача и совокупность подзадач.

Как показывает опыт реализации аналогичных зарубежных программ, основная цель национальных программ информатизации – улучшение взаимодействия правительства с населением и различных правительственных учреждений между собой.

Россия предпринимает следующие шаги для информатизации общества:

1. Сформулирована Концепция формирования информационного общества в России (1999).

2. Разработаны и реализуются федеральные целевые программы: «Электронная Россия (2002–2010 гг.)», «Информационное общество» (2011-2020гг.).

3. Создана общественная организация под названием «Институт развития информационного общества (ИРИО)», задача которого координировать работу по созданию информационного общества.

4. Существует множество совместных с развитыми странами проектов по развитию в нашей стране информационных технологий (в частности, совместный российско-американский сетевой проект CTVnet).

5. Реализуется ряд комплексных программ:

- государственная научно-техническая программа «Федеральный информационный фонд»;
- межведомственная программа «Создание национальной сети компьютерных телекоммуникаций для науки и высшей школы»;
- пилотная межведомственная программа «Российские электронные библиотеки» (РФФИ РФТР Миннауки РФ).

Построение информационного общества – комплексный процесс, требующий

усилий не только специалистов разных профилей, но и государственных и негосударственных организаций.

Литература/источники:

1. Курносое И.Н. Информационное общество: планы и программы зарубежных стран. М.: Книжный мир, 1997. 217 с.
2. Окинавская Хартия глобального информационного общества // Дипломатический вестник. 2000. № 8. С. 51-56.
3. Петров С.Т. На пути к информационному государству // Информационное общество. 1999. № 4. С. 38-43.
4. Концепция государственной информационной политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.dzvalosh.ru/02-dostup/books/info-open/MSU_1a\(63-84\).pdf](http://www.dzvalosh.ru/02-dostup/books/info-open/MSU_1a(63-84).pdf), свободный. – (дата обращения: 11.11.2019).
5. Об основах государственной политики в сфере информатизации: указ президента РФ от 20 января 1994 г. № 170 (с изм. и доп.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/136393/>, свободный. – (дата обращения: 21.02.2020).
6. Федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002-2010 гг.)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uic.unn.ru:8103/~chep/html/b2grus.htm>, свободный. – (дата обращения: 21.02.2020).
7. Федеральная целевая программа «Информационное общество (2011-2020 гг.)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spo-32.mskobr.ru/files/gp_informacionnoe_obwestvo1.pdf, свободный. – (дата обращения: 21.02.2020).

Чуркина Дарья Сергеевна,

студентка 2 курса направление «Экономика»,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
dari.tchurkina@yandex.ru

Шарохина Светлана Владимировна,

научный руководитель, к. э. н., доцент,
Сызранский филиал ФГБОУ ВО «СГЭУ»,
г. Сызрань
sharokhinatv@gmail.com

О СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ «ИНМУТАЦИЯ» КАК РЕЗУЛЬТАТА ВНЕДРЕНИЯ СЕТЕВЫХ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются инмутационные процессы, как негативные признаки поведения индивида, проявляющиеся в среде сетевого общения, под влиянием информационно-коммуникационных технологий. Сделан акцент на том, что варьирование социальными установками в сетевой среде позволяет определенным образом управлять поведением людей, повышать или понижать эффективность воздействия на мысли аудитории или ценностные ориентиры. Для объяснения сущности понятия «инмутация» выбрана классификация, позволяющая понять направления трансформации личности в процессе чрезмерного увлечения индивидом виртуальной реальностью.

Ключевые слова: инмутация, сетевые коммуникации, мутация, психология общения, флейм.

Сетевая коммуникация – это разноуровневая структура, которая характеризуется как положительными, так и отрицательными чертами [1]. Среди негативных признаков сетевого общения выделяют инмутацию. Инмутация синтезирует признаки влияния массовой коммуникации и психологические аспекты общения. Это научное поня-

тие введено в теорию социальных коммуникаций А. М. Холодом. Ученый под инмутацией под влиянием массовой коммуникации понимает изменение поведения к худшему той массы людей (аудитории), которая прямо или косвенно связана с восприятием продукции или ее обсуждением и оценкой; процесс изменения к худшему аксиологических систем и моделей (сценариев) поведения участников массовой коммуникации под влиянием ее продукции [1]. Инмутационные процессы частично сопровождают сетевое общение, вызывают изменения поведения. Инмутация не является уникальным признаком сетевой коммуникации, однако под влиянием сетевых информационно – коммуникационных технологий она видоизменяется, приобретает собственные характеристики.

Когда коммуникация осуществляется по формуле «медиа – аудитория», возникают, по мнению А.М. Холода [2, 3], мутационные и инмутационные поведенческие последствия. Изменение поведения индивида под влиянием средств массовой коммуникации (СМК) в лучшую сторону является мутацией, тогда как деструктивные признаки поведения под влиянием сетевой коммуникации считаются инмутацией личности. Т.М. Клинова рассматривает трансформацию поведения индивида под влиянием сетевой коммуникации в триаде: мутация – инмутация – последствия манипуляции [4].

А. М. Холод рассматривает инмутацию исключительно с позиции социальной коммуникации. Л. М. Городенко считает этот процесс категорией психологической, в частности, составляющей в системе адикций или интернет – аддикций [5]. Одновременно А. М. Холод акцентирует внимание на сетевых технологиях инмутации, в частности выделяет следующие: технология электронных сетей (технологии блокировки, технологии эротических и порносайтов, технологии распространения рефератов и дипломных работ), а также технологии мобильной связи [2].

В психологии широко используются философские понятия, составляющие ее методологическую базу, а также разрабатываются собственные понятия, которые делятся на общепсихологические (образ, деятельность, мотив, общение, личность и т.д.) и частичные [6]. Таким образом, инмутация, согласно этой классификации, имеет непосредственную связь с общепсихологической категорией, в частности с понятиями «личность», «общение», «мотив» и «образ».

Л. М. Городенко считает, что сетевая коммуникация через такие специфические и трансформированные признаки, как анонимность, общедоступность, виртуальность является наиболее удобной и простой средой инмутационных процессов [5]. Интернет является одним из крупнейших и динамичных глобальных СМК, и такое свойство, как массовость, является неотъемлемым признаком сетевой коммуникации [7]. Поэтому через предложенный А. М. Холодом термин «массовый характер инмутации общества», рассматриваемый как процесс формирования негативных установок личности и общества и их аксиологических систем и моделей (сценариев) поведения через все возможные социальные каналы, или такие, которые касаются широких слоев населения [1], можно точнее передать суть инмутации в сетевой коммуникации.

Общаясь в сетевой коммуникации, индивиды ограничены технологиями, не могут опираться на визуальные, сенсорные и другие ощущения и потому формируют образ собеседника исключительно через предложенные коммуникантом идентификаторы. Социальные установки, которые являются неотъемлемыми составляющими в ходе межличностной коммуникации или при получении информации через коммуникационные каналы (книги, периодику, телевидение, радио и др.), трансформируются в сетевой среде. Если взять за основу то, что социальная установка является проявлением ценностной ориентации в форме социально детерминированной склонности личности или группы к заранее определенному отношению – позиции по данному объекту (человеку, явлению, событию) [6], то инмутация в сетевой коммуникации характеризуется следующими компонентами: эмоциональность, когнитивность, готовность к действиям. Варьирование социальными установками в сетевой среде позволяет

определенным образом управлять поведением людей, повышать или понижать эффективность воздействия на мысли аудитории или ценностные ориентиры [5].

Для многих пользователей сетевая и социальная среда стали тождественными понятиями. Людей привлекает возможность активно влиять на нее, изменяя ее в соответствии со своими потребностями. Попытки организации и регламентирования отношений между владельцами сетевого ресурса и посетителями для незначительной части виртуального сообщества, являются инмутационным фактором, поскольку стимулируют желание обойти правила или доказать их несовершенство и ненужность. Наиболее ярко выраженной сетевой кастой, инмутированной под влиянием протеста в сетевой коммуникации, являются хакеры. Большинство их действий имеет аморальный и асоциальный характер, направленный на разрушение информационных, коммуникационных и других сетевых структурных единиц.

Инмутация в сетевой коммуникации может возникать и из-за содержательного наполнения сайтов. В частности, когда контент имеет признаки терроризма, порнографии, пропаганды насилия, расовой, половой или иной дискриминации, то создается основа для негативного изменения поведения, как отдельных индивидов, так и в группах в целом.

Свобода слова и высказываний, которая сейчас считается высшим достижением сетевой коммуникации в направлении реализации прав человека, одновременно приводит к вариативности инмутационного поведения личности. То есть, возможность распространять в глобальных масштабах любой информации, в т.ч. и засекреченной, стимулирует обнародование, как государственных тайн, так и частной информации, которая может повредить личности. Следствием инмутации под влиянием сетевой коммуникации является формирование системы мобильной и интернет – аддикции [8]. Интернет – аддикция, как феномен психологической зависимости от мировой сети интернет, проявляется в форме ухода от реальности.

Одной из важных коммуникационных функций современной сетевой коммуникации является игровое общение. Л. М. Городенко рассматривает сетевую игровую коммуникацию как коммуникацию в виртуальных играх и создание виртуального игрового образа в соответствии с условиями и положениями конкретной игровой среды [5]. Причем виртуальная игровая среда может создаваться как на основе компьютерной, так и на основе ролевой игры, что предусматривает выполнение некоторых задач, как в реальном, так и в виртуальном мире. Для реализации такого общения участники создают виртуальные игровые образы, пытаются скрыть свою истинную сущность. Однако под влиянием виртуальной игровой среды инмутирует поведение участников, результатом чего даже могут быть асоциальные действия игроков в реальной жизни.

Другим следствием инмутации под влиянием сетевой коммуникации является троллинг – отправка провокационных сообщений для самопрезентации и самоутверждения себя в сети [9]. Тролли стремятся рассорить виртуальное общество, объединенное вокруг некоторого сетевого ресурса, создать конфликтную ситуацию. Они, как правило, всегда действуют анонимно и, по мнению психологов, получают удовольствие от самого процесса, а не от результата. Инмутационной разновидностью троллинга является понятие «флейм» – обмен сообщениями на форумах, чатах в виде словесных войн, которые часто не имеют отношения к первоначальной причине спора. Как правило, такие сообщения направлены на дальнейшее нагнетание ссоры [10].

У индивидов часто срабатывает защитная реакция на раздражители и они пытаются проверить достоверность информации, игнорируют провокационные сообщения, ограничивают общение в сетевых ресурсах и др. Это утверждение соответствует сформулированным А. М. Холодом законам единства инмутации и мутации: уменьшение силы инмутации влечет за собой увеличение силы мутации, хотя в своей взаимосвязи обе микросистемы не меняют структуры макросистемы манипуляции [2].

В результате анализа инмутационных трансформации поведения личности или группы под влиянием сетевой коммуникации, мы предлагаем взять за основу классификацию, предложенную Л. М. Городенко: образная инмутация, игровая инмутация, коммуникационная инмутация, асоциальная инмутация [5].

Образная инмутация возникает под влиянием видоизменения социальных, демографических, гендерных и других идентификаторов личности и проявляется в создании негативных характеристик собственного «я».

Игровая инмутация является следствием чрезмерного увлечения индивидом или группой людей виртуальными играми, а также формирования негативного образа под влиянием игрового сетевого среды.

Коммуникационная инмутация – результат максимальной интеграции человека в виртуальных сообществах, а также возникновения зависимости от постоянного общения в социальных сетях, блогах, на форумах и других информационно-коммуникационных ресурсах.

Асоциальная инмутация появляется у группы населения, склонной к асоциальному поведению в реальной жизни, возбудителями которой являются различные сайты, содержащие информацию соответствующего характера.

Таким образом, инмутация в сетевой коммуникации возникает в процессе общения, а также в процессе чрезмерного увлечения индивидом виртуальной реальностью. Процессы негативного изменения в поведении индивида наблюдаются как из-за недовольства пользователя некоторыми техническими средствами сетевой коммуникации (например, низкой скоростью каналов интернет), так и по причине неполной реализации коммуникационных нужд, например, неумении найти и отсортировать нужную информацию в интернете. К тому же, инмутация, как признак сетевой коммуникации, проявляется в наличии свободного доступа в сетевой среде к огромному количеству сайтов асоциального направления.

Литература/источники:

1. Егоров М.В. Роль коммуникаций в современном сетевом обществе // Вестник университета. – 2015. – № 7. С.212 – 215.
2. Холод А.М. Массовый характер инмутации общества / А.М. Холод // Теория инмутации общества: pro et contra: коллективная монография / под ред. А.М. Холода. – К.: КиМУ, 2011. С.5 – 78.
3. Холод А.М. Коммуникационные технологии (в теории инмутации): учеб. пособие. – К.: КиМУ, 2010. – 147 с.
4. Клинова Т.М. Место мутационных и инмутационных процессов в политике как модели социальной коммуникации / Т.М. Клинова / Теория инмутации общества: pro et contra. – К.: КиМУ, 2011. С.98 – 106.
5. Городенко Л.М. МИР социальных коммуникаций: научн. журн. [Под ред А.Н. Холода]. – Т.5. – К.: КиМУ, ДонНУ, 2012. С. 22-24.
6. Большой психологический словарь / под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. – М.: Прайм-Еврознак, 2003. – 672 с.
7. Хмельницкая О.М., Нурлигенова З.Н. Развитие интернет-технологий как средства производства сетевых коммуникаций // Молодой ученый. – 2015. – №9. С. 1000-1005. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/89/18073/> (Дата обращения: 18.03.2020).
8. Завалишина О.В., Загуменных Н.А., Постоева Е.С. Интернет-аддикция одна из актуальных проблем современности // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета – 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-addiksiya-odna-iz-aktualnyh-problem-sovremennosti/viewer> (Дата обращения: 18.03.2020).
9. Агуреева Ю.А. Кто такие «Интернет-тролли»? // Знак: проблемное поле медиаобразования, 2017. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kto-takie-internet-trolli/viewer> (Дата обращения: 18.03.2020).
10. Зекерьяев Р.И., Джемилева Ф.Р., Чир-Чир Э.Р. Флейм и кибербуллинг как феномены коммуникативных девиаций в интернет-пространстве // Ученые записки крымского инженерно-педагогического университета. – 2017. – № 4 (10). С. 64-67.

Авторы

Александрова Анастасия Михайловна
Александрова Ольга Борисовна
Артамонова Елена Дмитриевна
Байбикова Диана Ринатовна
Балашова Екатерина Андреевна
Беликова Александра Владимировна
Беневоленская Ксения Олеговна
Беспалова Анастасия Евгеньевна
Бобков Егор Олегович
Боброва Яна Андреевна
Братухина Елена Александровна
Галаганова Светлана Георгиевна
Головецкий Алексей Андреевич
Гольгина Дарья Дмитриевна
Гриценко Дарья Сергеевна
Гусейнова Альбина Агасафовна
Дружинин Егор Андреевич
Епифанова Анна Игоревна
Жилинский Никита Александрович
Заряев Владислав Эдуардович
Захарова Елизавета Александровна
Зелепухина Алина Вячеславовна
Зубарев Кирилл Александрович
Картунчикова Виктория Алексеевна
Кашмин Максим Дмитриевич
Клейменова Татьяна Николаевна
Климова Валерия Анатольевна
Коваленко Никита Александрович
Крайнова Екатерина Анатольевна
Красноручский Игорь Яковлевич
Кузьмин Георгий Васильевич
Куликов Виктор Михайлович
Куропаткина Маргарита Павловна
Лихачёва Юлия Сергеевна
Мананникова Дарья Андреевна
Можяев Павел Сергеевич
Моисеева Анастасия Андреевна
Моисеева Татьяна Алексеевна
Муратов Олег Владимирович
Некрасова Елена Сергеевна
Никитина Мария Сергеевна
Носаль Р. В.

Осипов Алексей Александрович
Осипова Ольга Константиновна
Панин Дмитрий Николаевич
Паршин Максим Сергеевич
Пашин Роман Антонович
Перепелица Н. Д.
Понетаев Егор Андреевич
Пономаренков Виталий Анатольевич
Порунова Ольга Геннадьевна
Пронина Екатерина Анатольевна
Пудовкина Ольга Евгеньевна
Реджепова Любовь Сергеевна
Сапов Егор Андреевич
Селицкий Егор Егорович
Семенова Елизавета Евгеньевна
Сергеева Виктория Викторовна
Скороспехов Евгений Игоревич
Слепенчук Ирина Юрьевна
Снадченко Светлана Валерьевна
Сорокина Дарья Игоревна
Стефанова Наталья Александровна
Суркова Ольга Егоровна
Тамоян Торник Зорабович
Тарасова Юлия Анатольевна
Титова Елена Васильевна
Тихонов Юрий Алексеевич
Тойшева Ольга Анатольевна
Узляков Андрей Александрович
Утюжников Петр Николаевич
Федотов Е. М.
Халитов Наиль Ренатович
Хачатрян Вреж Мкртичевич
Хчоян Карина Артуровна
Чуркина Дарья Сергеевна
Шарохина Светлана Владимировна
Шебяева Юлия Сергеевна
Шевченко Татьяна Анатольевна
Шиш Владимир Иванович
Щербакова Ольга Михайловна
Юсупов Тимур Анатольевич
Ясеницкий Игорь Андреевич

ISBN 978-5-907293-50-2



9 785907 293502