

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



23 2018
ЧАСТЬ IV

16+

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 23 (209) / 2018

Редакционная коллегия:

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Члены редакционной коллегии:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

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

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук

Калдыбай Қайнар Қалдыбайұлы, доктор философии (PhD) по философским наукам

Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

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

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г.

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

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)

Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)

Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)

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

Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)

Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)

Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)

Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)

Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)

Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)

Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)

Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)

Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)

Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)

Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)

Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)

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

Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)

Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)

Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)

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

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

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

Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)

Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)

Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)

Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)

Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)

Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)

Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)

Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)

Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)

Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)

Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)

Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)

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

Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)

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

Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Галина Анатольевна

Ответственный редактор: Осянина Екатерина Игоревна

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

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

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; http://www.moluch.ru/.

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 27.06.2018. Цена свободная.

Материалы публикуются в авторской редакции. Все права защищены.

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

На обложке изображен *Иван Дементьевич Черский* (1845–1892) — исследователь Сибири, географ, геоморфолог, геолог, палеонтолог, участник национально-освободительного восстания в Польше 1863 года.

Поляк по национальности, Черский родился в родовом имении Сволна Дриссенского уезда Виленской губернии. Сначала он учился в Виленской гимназии, а затем в Виленском дворянском институте. За участие в восстании 1863 года 18-летний юноша был сослан в Сибирь, в Благовещенск, в бессрочную ссылку с конфискацией имущества и лишением дворянского звания. В Тобольске ему удалось откупиться взяткой — пятью золотыми монетами, которые мать зашила ему в подкладку, и он отправился в Омск. Обрато в Польшу он так и не вернулся: ему было отказано как в возвращении на родину, так и в поступлении в Казанский университет. Еще в институте юноша увлекался естественными науками, и даже служба не погасила этого интереса. Несмотря на тяжелую солдатскую жизнь, Черский начал заниматься научной работой. Знакомство с известными путешественниками Г. Н. Потаниным и А. Ф. Миддендорфом подтолкнуло его к изучению географии.

В 1871 году И. Д. Черский переехал в Иркутск, где стал работать хранителем музея Сибирского отдела Русского географического общества, при этом он вел полевые исследования для поиска ископаемой фауны. Ученый собрал и описал богатую коллекцию вымерших животных четвертичного периода, изучил береговую полосу Байкала. В 1879 году «за геологические исследования в Иркутской губернии» И. Д. Черский удостоился Малой золотой медали Императорского русского географического общества.

В Иркутске он с женой жил очень скромно, на маленькое содержание, которое получал как хранитель музея. В 1879 году произошла катастрофа: страшный пожар в го-

роде уничтожил здание Сибирского отдела Географического общества. Во время пожара весь материал, который собрал в экспедициях Черский, пропал, и позже ему пришлось по памяти восстанавливать его. Однако это не помешало ученому продолжать работы по составлению отчета об исследовании восточного берега Байкала. В 1886 году труд был напечатан. В 1891 году издано его объёмное «Описание коллекций послетретичных млекопитающих, собранных Ново-Сибирской экспедицией», представляющее собой полное остеологическое описание остатков послетретичных млекопитающих не только новосибирских островов, но и всей Сибири.

В 1885 году Черский получил от Академии наук поручение произвести геологическое исследование вдоль всего Сибирского почтового тракта, от Иркутска до Урала. Несмотря на тяжелое состояние здоровья, он в полевых условиях добыл информацию не только об особенностях географической полосы, но и о местных жителях. Следующая экспедиция вдоль берегов Лены, Колымы, Индигирки, Яны для комплексного изучения неисследованных областей Северо-Восточной Сибири тоже далась ему крайне нелегко. Серьезная легочная болезнь не отступила. И. Д. Черский скончался 7 июля и был похоронен на берегу реки Колымы, в урочище Омолон, в 30 км ниже Прорвы.

Его наблюдения были использованы при новых, более подробных исследованиях Якутской области.

Именем Черского названы горный хребет в Забайкалье, потухший вулкан, посёлок городского типа в низовьях реки Колымы, а также улицы в Иркутске, Вильнюсе и Верхнедвинске.

Екатерина Осянина,
ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ГЕОГРАФИЯ

- Раимжанова М. Н., Мунайтпасова А. Н.**
Колебания температуры воздуха
в Балкаш-Алакольском бассейне 257

ГЕОЛОГИЯ

- Ишмурзин А. З.**
Выделение продольных волн по волновому
акустическому каротажу 262

ЭКОЛОГИЯ

- Козячая Т. И.**
Деструкция полиамидных волокон бактериями
активного ила очистных сооружений 265
- Корнилов А. В., Тлустая С. Е.**
Ландшафтно-экологическое озеленение парка
«Зеленый остров» города Уссурийска
Дальнего Востока 267
- Павлова Е. Е.**
Проблемы выбросов в окружающую среду
в России и мире 269
- Учарова Ю. Н., Зюбровская А. В., Гайвас А. А.**
Фитосанитарное состояние лесных насаждений
на территории отдела Калачинского лесничества
Главного управления лесного хозяйства
Омской области 273

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

- Зюбровская А. В., Учарова Ю. Н.**
Применение плодово-ягодных растений
в декоративном садоводстве 276
- Худойбердиев Т. Л., Тожибоев Г. Г.**
Сушка сельхозпродукции с использованием
современного оборудования 278

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Алексин П. С., Ефремов В. А.**
Разработка доступной скоринговой модели
оценки кредитоспособности физических лиц. 281

- Алексунин Р. Е.**
Социальные сети и их значение в интернет-
маркетинге 283
- Брыкова С. С.**
Основные тенденции развития местного
самоуправления в РФ 287
- Бывальцев В. А.**
Маркетинг в строительстве 289
- Вьюнова О. Ю.**
Тенденции интернет-маркетинга в России
и за рубежом 291
- Елчуева Т. Э.**
Управление устойчивым развитием
муниципального образования как социально-
экономической системы в условиях
реформирования местного самоуправления .. 294
- Золотухин М. А.**
Система регионального управления
профессиональной ориентацией
и трудоустройством выпускников
профессиональных организаций региона 300
- Кадырова А. М.**
Инновационный потенциал нефтегазовых
предприятий 306
- Кашуба В. О.**
Оценка возможности применения концепции JIT
в современных реалиях 307
- Кругликова Л. Н.**
Оценка перспектив использования
программных продуктов для прогнозирования
социально-экономического развития
Ярославской области 309
- Кругликова Л. Н.**
Прогноз развития основных направлений
экономики и социальной сферы Ярославской
области на 2018–2020 гг. 311
- Кузина А. А., Анохина М. Е.**
Анализ развития франчайзинга в российской
торговле 313
- Кузнецов Н. М.**
Совершенствование организационной
структуры предприятия 318

Мальцев Д. А.

Понятие финансов и определение их роли в достижении целей предприятий в различных организационно-правовых формах 321

Матуев Б. С., Бурлов Д. Ю.

Анализ доходов бюджета субъекта Российской Федерации (на примере Республики Бурятия) 323

Махотин М. А.

Формирование понятия гендерная экономика 326

Мингалёв К. В.

Разработка алгоритма оценки кредитной нагрузки, оказываемой на заемщика, при заключении кредитных договоров 329

Мякотин М. П.

Взаимосвязь инновационной деятельности и конкурентоспособности предприятия 332

Субботина Е. В.

Формирование новых подходов и туристских продуктов в рамках организации туристской деятельности в Удмуртии 334

Тишина А. Р.

Возможность применения облачного хранилища для проведения опросов 336

Шмидт М. А.

Формирование будущего цифровой экономики и общества 343

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Завьялова О. Б., Гусенов М. Т.

Выявление особенностей освоения прохода в ноги в вольной борьбе 346

Оникиенко Д. А.

Футбол как средство социальной интеграции беженцев 347

Попов Д. В.

Организация профессиональной прикладной физической культуры на предприятии АО «Саханефтегазсбыт» в Республике Саха (Якутия) 349

Щербакова Е. А., Матвеев В. И.,**Дорофеева Е. Н.**

Тенденции развития физической науки в вузах 351

ГЕОГРАФИЯ

Колебания температуры воздуха в Балкаш-Алакольском бассейне

Раимжанова Меруерт Нурланкызы, студент магистратуры;
Мунайтпасова Аида Нургалиевна, старший преподаватель
Казахский национальный университет имени Аль-Фараби (г. Алматы)

Ключевые слова: температура воздуха, аномалия, среднее квадратическое отклонение, асимметрия, коэффициент вариации, экстремально теплый, экстремально холодный.

Озеро Балкаш относится к числу крупнейших естественных водоемов земного шара и имеет важное народно-хозяйственное значение. Бассейн оз. Балкаш расположен в юго-восточной части Казахстана и включает территории Алматинской области, юго-восточную часть Карагандинской области, юго-западную Восточно-Казахстанской и восточную Жамбылской областей, а также северо-западную часть провинции Синьцзян в пределах Китайской Народной Республики.

Особенности географического положения оз. Балкаш обуславливают резкую континентальность и засушливость

климата. Для бассейна оз. Балкаш характерны большие суточные и годовые колебания температуры воздуха, холодная зима, продолжительное, жаркое и сухое лето. Весенний период непродолжителен и характеризуется неустойчивой погодой, частыми возвратами холодов. Осенью учащается вторжение холодных арктических масс, что ускоряет переход к зиме [2].

Для проведения анализа колебания температуры воздуха были использованы материалы, приведенные в «ТМ-1» и в «Справочнике по климату Казахстана» по району исследования с 1936 г. по 2015 г.

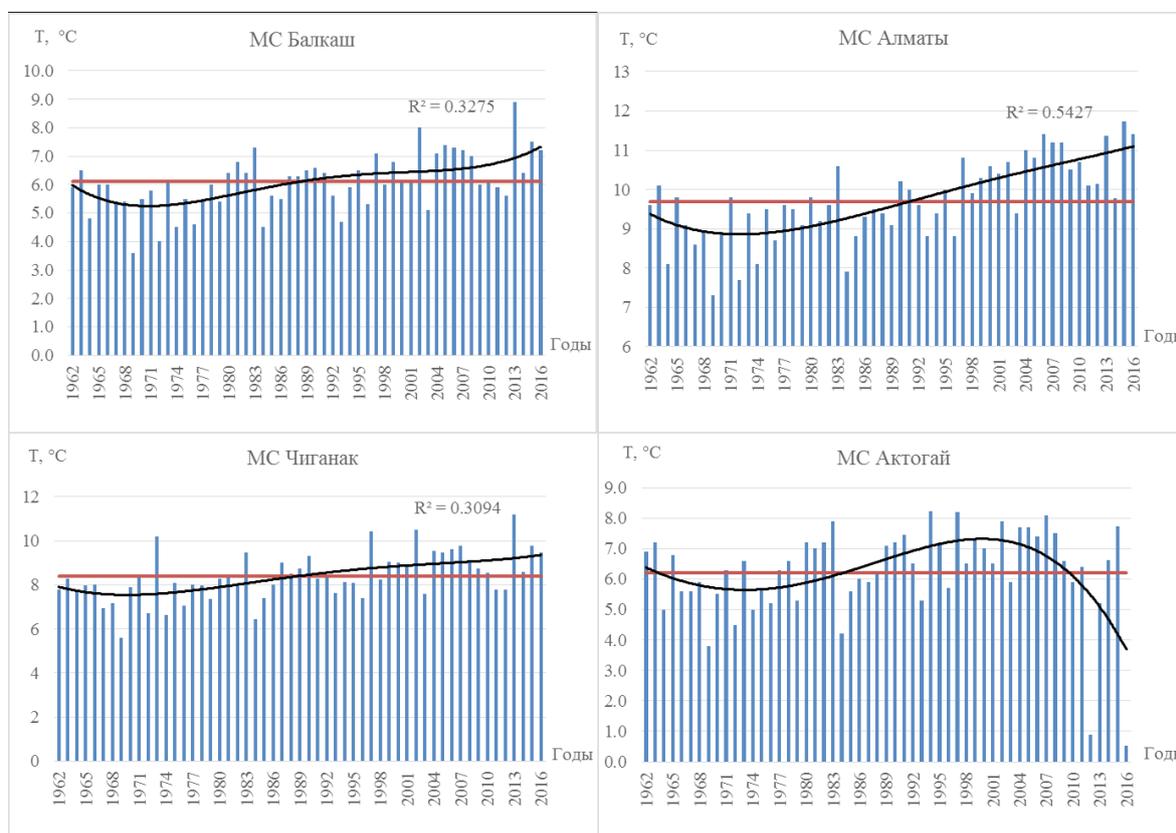


Рис. 1. Временной ход температуры воздуха на МС Балкаш, Алматы, Чиганак, Актогай

Для выявления тенденции изменения среднегодовой температуры воздуха на юго-востоке Казахстана были использованы данные 18 станций. В качестве ряда наблюдений взят период с 1962 по 2016 гг. Для наглядности приведен ход среднегодовой температуры воздуха для метеорологических станций, расположенных в разных частях оз. Балкаш (МС Балкаш, Алматы, Чиганак, Актогай).

Временной ход температуры воздуха на всех рассматриваемых станциях имеет волнообразный вид с максимальными и минимальными периодами. В целом по полиномиальному тренду отмечается тенденция к повышению на фоне среднемноголетней температуры воздуха, за исключением МС Актогай, где с 1962 года наблюдается заметное понижение температуры воздуха на $-1,7^{\circ}\text{C}$. Далее с 1976 года температура воздуха постепенно повышается. Но с 2005 года, за периодом потепления температура воздуха постепенно снижается. Максимальные значения были зарегистрированы в 1994, 1997 гг. — $8,2^{\circ}\text{C}$, выше нормы на $1,7^{\circ}\text{C}$.

Далее был рассмотрен временной ход аномалии температуры воздуха в холодный и теплый периоды над исследуемой территорией. Расчеты отклонения температуры воздуха от их средних многолетних значений показывает,

что с ноября по февраль количество случаев с положительной аномалией больше, чем с отрицательной, но, а в марте преобладает количество случаев с отрицательной аномалией. Для теплого периода среднее число с положительной и отрицательной аномалией по территории показывает, что только в октябре преобладает количество случаев с отрицательной аномалией. Наибольшее количество случаев с положительными аномалиями отмечается в сентябре, а наименьшее — в августе.

Основными показателями температуры воздуха можно считать статистические характеристики (среднее, среднее квадратическое отклонение, коэффициент асимметрии и автокорреляционную функцию) месячных, суточных, срочных рядов температуры, а также максимальных и минимальных значений температуры за сутки по рядам данных экстремальных термометров.

За критерий отбора экстремально холодных и экстремально теплых лет был принят следующий: аномалия температуры воздуха должна превышать среднюю многолетнюю изменчивость температуры (σ) на большей части территории (на 75%, на 14 станции из 18). Значения среднего квадратического отклонения были рассчитаны по 18 станциям с 1962 по 2016 гг.

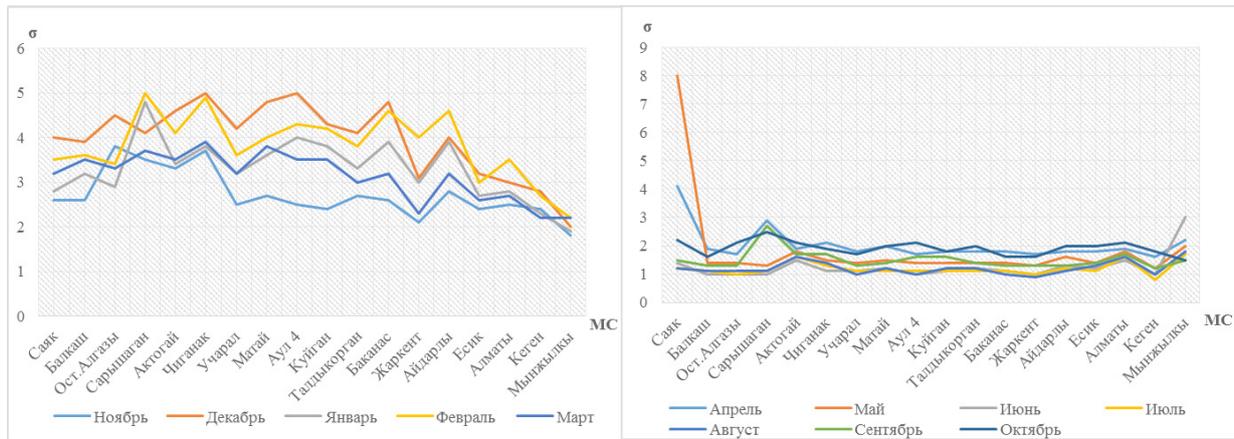


Рис. 2. Среднее квадратическое отклонение (σ) в холодный и теплый периоды с 1962 по 2016 гг.

На юго-востоке Казахстана значения σ в холодный период колеблется в пределах $1,8-4,9^{\circ}\text{C}$. Наибольшая изменчивость температуры воздуха наблюдается в декабре и варьирует в пределах $2,0-5,0^{\circ}\text{C}$. Наименьшее значение σ во всем холодном периоде отмечено на станции Мынжылкы. Для теплого периода значения σ колеблется в пределах $0,8-4,1^{\circ}\text{C}$. Наибольшая изменчивость температуры

воздуха наблюдается на станции Саяк а мае месяце, составляя $8,0^{\circ}\text{C}$. Наименьшее значение σ во всем теплом периоде отмечено на станции Жаркент.

Из выделенных относительно теплых и относительно холодных летних месяцев за рассматриваемый период выделим экстремально теплые и экстремально холодные месяцы.

Таблица 1. Календарь экстремально теплых (ЭТ) и экстремально холодных (ЭХ) месяцев в зимние и летние периоды по юго-востоку Казахстана

	Месяцы					
	декабрь	январь	февраль	июнь	июль	август
ЭТ	-	-	2006	1977 1990	-	1998 2002
ЭХ	1984	1969	1969 1978	1987	1972 2003	1969

В июне только 2 случая были экстремально теплыми ($>1,5\sigma$), а экстремально холодным только 1 (1987 г.). В июле экстремально теплых случаев не наблюдалось, а 2 случая были экстремально холодными (1972, 2003 гг.). В августе 2 случая были больше $1,5\sigma$, 1 меньше, т. е. экстремально холодным. По анализу зимних месяцев следует, что в декабре и в январе экстремально теплых случаев не наблюдалось, и только 1 случай был экстремально холодным (1984, 1969 соответственно). В феврале экстремально теплым был 1 случай (2006 г.), и 2 случая экстремально холодными.

В качестве интегральной характеристики аномальности температурного поля применен параметр Багрова (К). Параметр аномальности Багрова учитывает величину аномальности и он всегда положительный. Обычно он близок к единице. Если $K \geq 1,16$, то аномалия считается большой, если $K \leq 0,73$, то аномалия считается малой.

При расчете критерия Н. А. Багрова были выделены экстремальные годы в зимние и летние месяцы за исследуемый период. За критическое значение было взято значение 1,16.

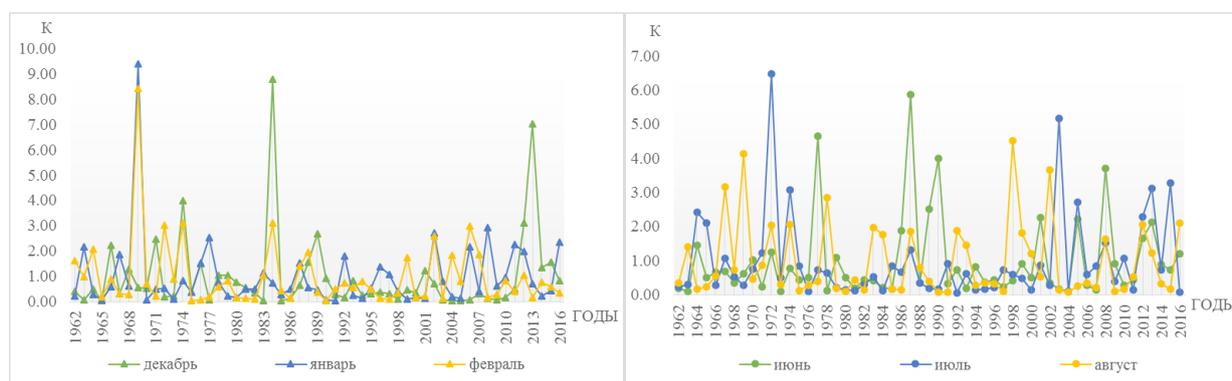


Рис. 3. Экстремальные годы по критерию Н. А. Багрова в зимние и летние месяцы

Из рисунка можно видеть, что в декабре экстремальные значения температуры наблюдались в 1974 г. $K=4,01$, в 1984 г. $K=8,79$ а в 2013 г. аномалия была наибольшей $K=7,05$. В январе и феврале наибольшее значение аномальности температуры воздуха наблюдается в 1969 г ($K=9,40$, $K=8,43$ соответственно). Экстремальные значения температуры в течение всей зимы встречаются редко и относятся они к различным сезонам, что говорит об аномальности всего года, а не отдельно о зиме. В июне экс-

тремальные значения температуры наблюдались в 1987 г. $K=5,88$, в 1990 г. $K=4,02$. В июле наибольшее значение аномальности температуры воздуха наблюдается в 1972 г ($K=6,48$), и 2003 г. ($K=5,19$). В августе 1969, 1998 гг были отмечены как экстремальными годами по рассматриваемой территории.

Для расчета статистических характеристик были взяты значения среднемесячной температуры воздуха в холодный и теплый периоды с 1962 по 2016 г.

Таблица 2. Значения асимметрии и эксцесса распределения температуры воздуха в холодный период по юго-востоку Казахстана

Станции/месяцы	11		12		1		2		3	
	As	Ex	As	Ex	As	Ex	As	Ex	As	Ex
Саяк	-0.35	-0.75	0.45	2.76	-0.76	1.15	-0.10	0.05	0.39	-0.80
Балкаш	-0.60	-0.53	0.72	2.44	-0.73	1.38	-0.35	0.51	0.33	-0.86
Ост.Алгазы	-2.61	11.33	0.69	2.04	-0.63	0.90	-0.29	0	0.31	-0.74
Сарышаган	2.10	9.16	0.67	2.25	2.20	12.02	1.89	8.30	0.51	-0.41
Актогай	-0.73	-0.21	0.18	2.74	-0.78	0.97	-0.66	0.18	0.19	-1.05
Чиганак	-0.47	7.33	0.37	2.08	-0.49	0.23	0.73	2.88	0.48	0.21
Учарал	-0.31	-0.82	0.24	2.33	-0.75	0.27	-0.83	1.10	0.13	-0.87
Матай	-0.30	-0.85	0.31	1.77	-0.62	0.42	-0.45	0.73	0.21	-0.87
Аул 4	-0.47	-0.61	0.43	1.98	-0.58	0.38	-0.57	0.63	0.21	-0.85
Куйган	-0.39	-0.74	-0.08	0.49	-0.57	0.14	-0.23	0.38	0.12	-0.80
Талдыкорган	-0.28	-0.92	0.16	1.79	-0.58	0.28	-0.74	0.61	0.33	-0.85
Баканас	-0.29	-0.85	-0.10	0.79	-0.53	0.13	-0.66	0.27	0.09	-0.59
Жаркент	-0.22	-0.33	-1.01	2.18	-0.59	0.02	-0.76	0.34	0.34	-0.74

Станции/месяцы	11		12		1		2		3	
	As	Ex	As	Ex	As	Ex	As	Ex	As	Ex
Айдарлы	-0.27	-1.01	-0.96	1.79	-0.61	-0.03	-0.69	-0.07	0.06	-0.20
Есик	-0.05	-1.17	-0.53	1.46	-0.59	0	-0.49	-0.31	0.30	-0.63
Алматы	-0.16	-1.10	-1.26	2.80	-0.68	0.41	-0.62	0.08	0.47	-0.52
Кеген	-0.26	-0.43	-0.92	1.35	-0.35	-0.27	-0.61	0.16	0.32	-0.45
Мынжылкы	-0.31	-0.16	-0.94	1.94	-0.29	-0.77	-0.44	-0.18	1.26	3.27

Результаты анализа показывают, что в холодный период на большей части рассматриваемой территории значения асимметрии и эксцесса небольшие и не превышают критических значений. Распределение считается достоверно нормальным если абсолютная величина показателей асимметрии и эксцесса меньше их ошибок репрезентативности в 3 и более раз ($As=0,99$, $Ex=1,98$).

Так в ноябре, январе и феврале на большей части рассматриваемой территории распределение температуры

имеет слабую отрицательную асимметрию, а в марте положительную асимметрию.

На станции Сарышаган в январе ($As=2,20$) и феврале ($As=1,89$) значения асимметрии больше критического. Значения эксцесса на большинстве рассматриваемых станций в ноябре и марте отрицательные, а в зимние месяцы положительные.

В декабре на большей части территории значения эксцесса больше критического.

Таблица 3. Значения асимметрии и эксцесса распределения температуры воздуха в теплый период по юго-востоку Казахстана

Станции/месяцы	4		5		6		7		8		9		10	
	As	Ex	As	Ex										
Саяк	-0.53	-1.27	-0.62	-1.51	-0.16	-0.06	-0.18	0	0.12	0.02	-0.70	-0.04	-1.28	3.89
Балкаш	0.03	-0.23	-0.18	-0.91	0.10	-0.13	-0.27	-0.03	0.09	0.18	-0.97	0.71	-0.17	0.34
Ост.Алгазы	0.06	-0.18	-0.26	-0.93	0.06	0.24	-0.29	0.12	0.08	0.23	-1.00	1.20	-1.38	4.20
Сарышаган	-3.22	16.29	-0.11	-0.75	0.14	0	-0.25	0	-0.03	-0.05	-3.55	14.93	0.84	5.30
Актогай	0.25	0.37	-0.62	0.50	-1.04	2.12	-1.43	3.51	-1.07	1.81	-0.66	0.34	-1.47	5.59
Чиганак	1.23	4.21	0.78	2.43	0.51	0.79	0.43	2.45	-2.01	8.48	-2.86	11.75	-1.63	5.70
Учарал	0.13	0.11	-0.05	-0.75	0.44	1.49	-0.26	0.76	-0.43	0.46	-1.06	2.37	0.33	2.56
Матай	0.22	-0.16	-0.15	-0.58	0.17	0.14	-0.29	0.79	-0.20	0.31	-0.90	0.88	-0.66	4.30
Аул 4	-0.22	-0.28	-0.05	-0.11	0.06	-0.31	-0.06	-0.25	0.16	-0.24	1.00	5.74	1.46	4.68
Куйган	-0.15	-0.64	-0.05	-0.16	0.09	-0.33	-0.24	-0.47	0.06	0.30	-1.83	4.69	-0.83	2.09
Талдыкорган	0.02	0.01	-0.08	-0.07	0.30	0.09	-0.45	0.21	-0.30	-0.43	-0.31	-0.52	0.65	3.78
Баканас	0.09	-0.06	0.01	-0.24	-0.22	0.44	0.00	0.23	-0.12	-0.07	-0.38	0.01	-0.33	0.23
Жаркент	-0.03	-0.34	0.15	-0.03	0.46	0.62	-0.47	0.48	0.19	-0.76	0.04	-0.92	0.11	0.65
Айдарлы	-0.06	-0.08	0.08	0.19	0.02	-0.09	0.16	0.17	-0.30	-0.23	-0.37	-0.28	-1.37	4.21
Есик	0.10	-0.30	0.26	0.45	0.30	-0.51	-0.21	0.20	-0.07	-1.07	0.12	-1.24	-0.75	2.69
Алматы	0.25	0.37	-0.62	0.50	-1.04	2.12	-1.43	3.51	-1.07	1.81	-0.66	0.34	-1.47	5.59
Кеген	-0.05	-0.05	0.15	-0.26	0.27	0.70	-0.57	0.71	0.40	-0.07	-0.05	-0.81	-1.37	3.23
Мынжылкы	1.66	4.50	2.22	6.84	-1.17	5.74	2.87	10.75	2.60	8.56	1.32	3.80	-0.05	0.86

Значения асимметрии и эксцесса в теплый период показывают, что на большей части рассматриваемой территории значения асимметрии и эксцесса небольшие и не превышают критических значений ($As=0,99$, $Ex=1,98$). В апреле на большей части территории распределение температуры имеют положительную асимметрию. На станциях Чиганак и Мынжылкы значения асимметрии больше критического ($As=1,23-1,66$). Значения эксцесса на 11 станциях — отрицательные. На станциях Сарышаган, Чиганак, Мынжылкы значения эксцесса больше критического.

В мае, июле и августе на большей части территории распределение температуры близко к нормальному закону, за исключением станции Мынжылкы ($As=2,22-2,87$, $Ex=6,84-10,75$).

В сентябре на всех станциях значения асимметрии меньше критических. Значения эксцесса также не превышают критического уровня, кроме станции Сарышаган, Чиганак, Учарал, Аул 4 и Куйган.

В октябре также на всех станциях значения асимметрии близки к нормальному закону. А значения эксцесса на большей части территории больше критических ($Ex=2,09-5,70$).

В целом можно сказать, что на большей части рассматриваемой территории распределение статистических величин в основном близок к нормальному.

В следующем рисунке приведены результаты расчетов тенденций изменения температуры по 18 станциям рассматриваемой территории в целом за год.

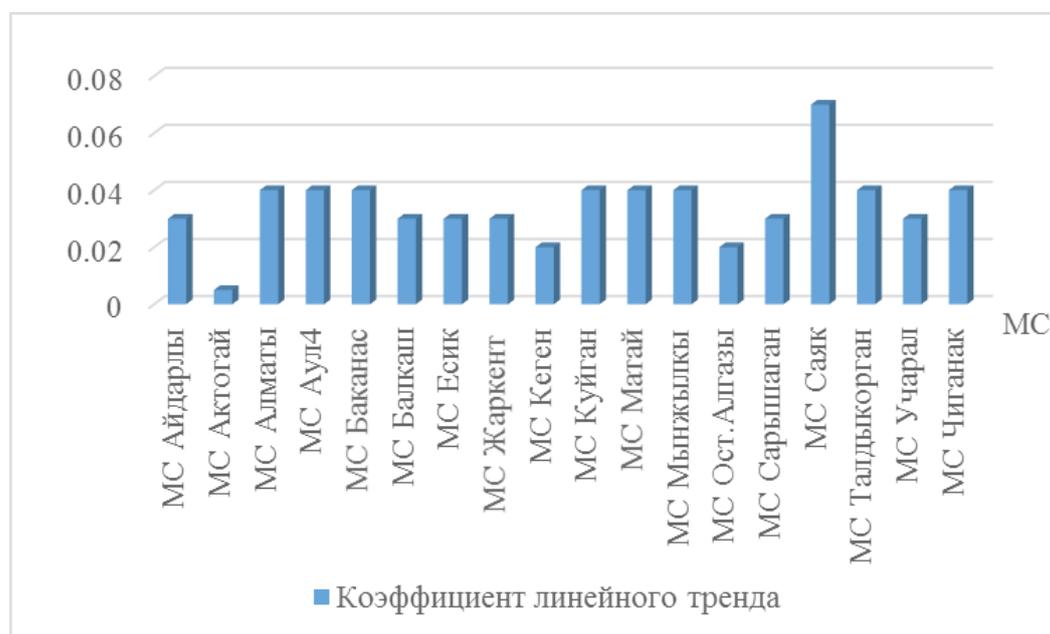


Рис. 4. Коэффициенты линейного тренда средней температуры воздуха за период 1962–2016 гг.

Анализ трендов показывает, что средние годовые величины температуры воздуха в большей части рассматриваемого региона имеют положительную тенденцию и колеблется она от 0,005 °C/10 лет до 0,06 °C/10 лет. Исключением являются станции Балқаш, Сарышаған, Ақтоғай, Чиганак, Учарал, Аул 4 и Баканас, где в июле тренд годовых значений температуры отрицательные и составляет в среднем –0,002 °C/10 лет. Такое среднегодовое значение тренда получено за счет его низких величин в данном месяце.

В результате выполненного анализа получено что во временном ходе температуры воздуха отмечается тен-

денция к повышению на фоне среднемноголетней температуры воздуха. Экстремальные значения температуры в течение всей зимы встречаются редко и относятся они к различным сезонам, что говорит об аномальности всего года, а не отдельно о зиме. На большей части рассматриваемой территории распределение статистических величин в основном близки к нормальному. Анализ средних значений трендов температуры показал, что значимое повышение температуры воздуха отмечается станции Саяк. Статистически значимых понижений температуры воздуха за исследуемый период не наблюдалось.

Литература:

1. Справочник по климату Казахстана. — Алматы. — 2004. — Вып. 14. — 558 с.
2. Утешев А. С. Климат Казахстана. — Л.: Гидрометеоздат, 1959. — 360 с.
3. Лакин Г. Ф., Биометрия. — М.: Высш. шк., 4-е изд., перераб. И доп. — 1990. — 352 б.
4. Кожаметова Э. П. Режим температуры воздуха и количества осадков на территории Иле — Балхашского бассейна с учетом динамики изменения климата. — Алматы, 2009. — 135 с.
5. Чердниченко А. В. Изменение климата Казахстана и возможности адаптации за счет доступных водозапасаов облачности. — Бишкек: Илим, 2010. — 259 с.
6. Э. А. Турсунов, А. С. Мадобеков, Қ. Е. Бектурсунов, Л. Ж. Альмагамбетова. Результаты полевых исследований озера Алаколь (Итишпес) в южной части Балқаша // География және геоэкология мәселелері. — Алматы:, 2014. — С. 3–8.
7. Чердниченко В. С., Кожаметова Э. П. Колебания климата в Иле-Балхашском бассейне и его связь с уровнем озера // Гидрометеорология и экология. — 2009. — № 3. — С. 62–77.

ГЕОЛОГИЯ

Выделение продольных волн по волновому акустическому каротажу

Ишмурзин Азамат Зиннатович, студент магистратуры
Башкирский государственный университет (г. Уфа)

В настоящее время в практике волнового каротажа информативными волнами, т. е. нашедшими практическое применение при решении геолого-технических задач, являются три волны: продольная волна (Р), поперечная волна (S), волна Стоунли (St).

По траектории движения частиц относительно фронта волны делятся на продольные Р, поперечные S, прямые гидроволны Р и поверхностные трубные волны типа Стоунли, Лэмба, Рэлея (рисунок 1).

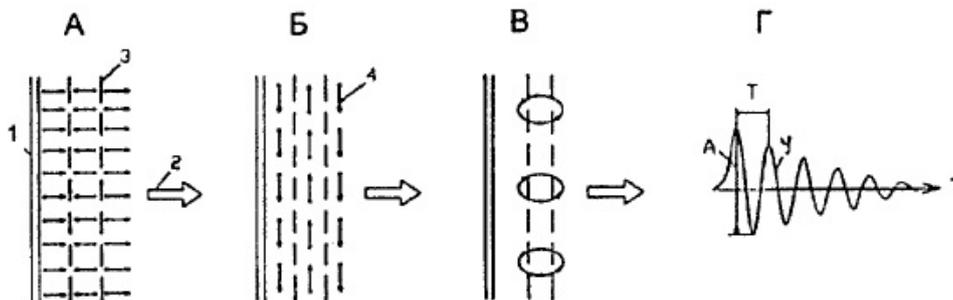


Рис. 1. Траектория движения частиц для основных типов волн: А — продольных, Б — поперечных, В — Рэлея, Г — волновая картина; 1 — излучатель, 2 — направление распространения волн, 3 — фронт волны, 4 — траектория частиц; А — амплитуда волны, Т — ее период, φ — фаза волны, t — время

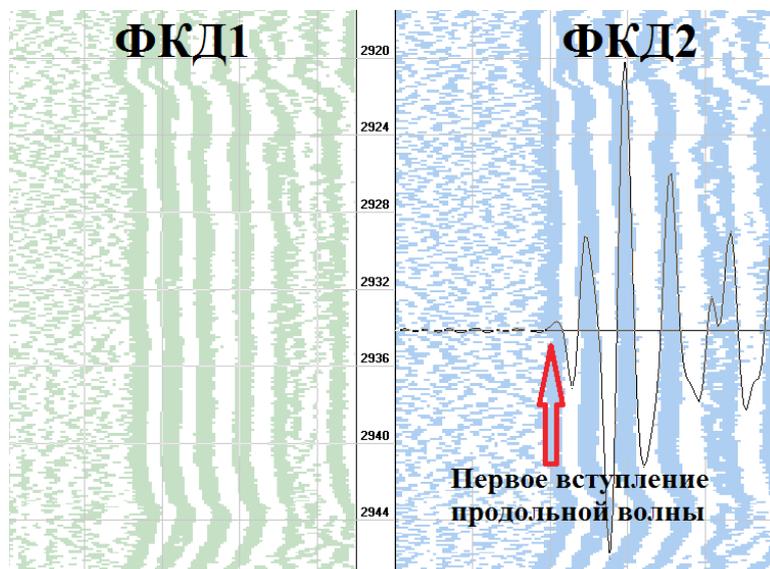


Рис. 2. Минимальное время прихода волны по второму приемнику

В продольной волне частицы совершают колебания в направлении, совпадающем с направлением распространения волны (рисунок 1а). В поперечной волне частицы среды совершают колебания в плоскости, перпендикулярной к направлению распространения волны (рисунок 1б). Поверхностные волны образуются в жидкости, заполняющей скважину, у поверхности стенок скважины и в при-скважинном слое горных пород (рисунок 1в). [1, с. 120]

Для вычисления времени вступления по продольной волне, фазо-корреляционной диаграммы использовали программу «Горизонт».

Выбрав волновую картину и соответствующий ей шаблон с фазокорреляционной диаграммой (ФКД), прокруткой планшета нужно просмотреть данные и оценить минимальное время прихода волны и форму волновой картины

(ВК) в интервале обработки (рисунок 2). Минимальное время оценивается по ФКД и ВК соответствующими курсорами. При высокой амплитуде шума минимальное время прихода должно как можно меньше отличаться от времени вступления первой фазы ВК. [2, с. 42]

Выделение продольной волны:

- устанавливаем линию (рисунок 3) в точке перехода через ноль
- далее нажать на кнопку «Вычислить» или нажать на клавишу «Enter»
- стрелками «верх», «вниз» можно передвигаться по глубине.

Расчет времени по продольной волне для «ФКД1, мкс» и «ФКД2, мкс» необходимо производить по одному и тому же времени вступления.

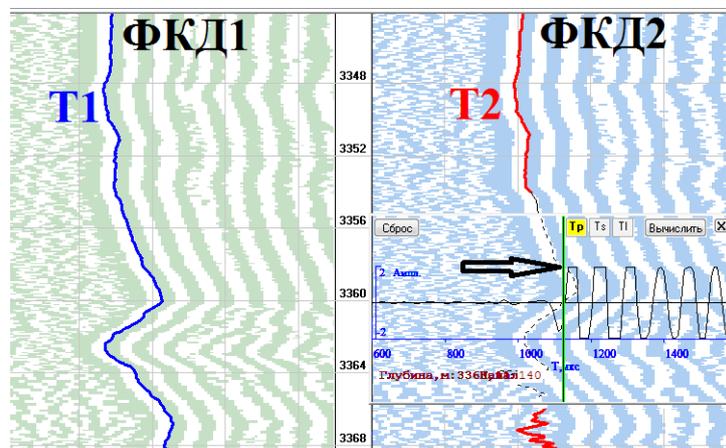


Рис. 3. Выделение продольной волны

После того как выделили T 1 и T 2 по всему интервалу рассчитываем Dt по продольной волне. В пункте меню выбираем «Обработка» → «Обработка данных по параметрам» → «dT...». Далее для расчета интервального вре-

мени по продольной волне указываем выделенные ранее кривые T 1 и T 2. Программа автоматически рассчитывает и выводит кривую интервального времени DtP по продольной волне на планшет (рисунок 3).

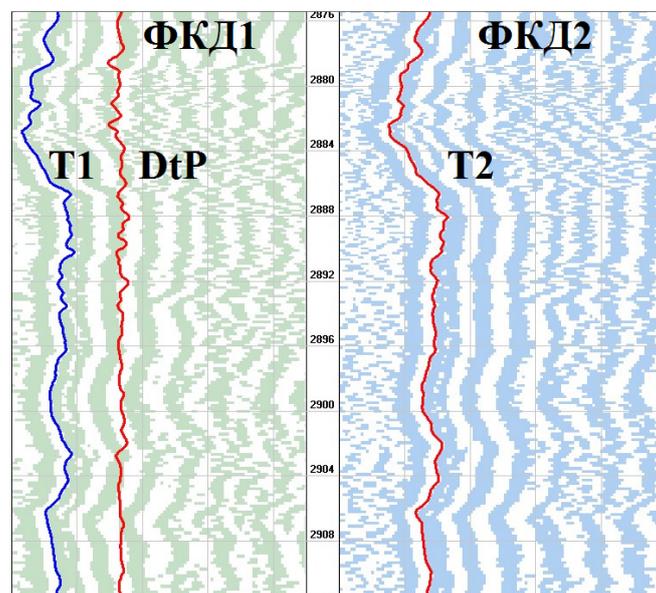


Рис. 4. Планшет с выделенными T 1 — первое вступление продольной волны по первому приемнику, T 2-первое вступление продольной волны по второму приемнику, DtP — интервальное время по продольной волне

Литература:

1. Геофизические исследования и работы в скважинах: в 7 т. Т. 1. Промысловая геофизика / Сост.: Р. А. Валиуллин, Л. Е. Кнеллер. — Уфа: Информреклама, 2010. — 172 с.
2. Методическое руководство по применению аппаратуры волнового акустического каротажа АВАК-11. — Тверь, ООО «Нефтегеофизика», 2011 г. — 74с.

ЭКОЛОГИЯ

Деструкция полиамидных волокон бактериями активного ила очистных сооружений

Козячая Татьяна Игоревна, студент

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы (Беларусь)

С развитием крупнотоннажного производства, каковым в Республике Беларусь является производство полиамидного волокна, остро стал вопрос об утилизации синтетических материалов. Широко применимые методики устарели и не являются оптимальными с экологической точки зрения. В связи с этим, перспективной областью является биодеструкция синтетических материалов микроорганизмами [1,2].

Данная тема является малоизученной. А о микробиологической деструкции бытует представление как о процессе негативном. Однако исследования в данном направлении необходимы. «При помощи адаптированных к полиамиду штаммов микроорганизмов возможна утилизация отходов производства полиамидных волокон изделий, вышедших из употребления, что приблизит к решению проблемы безотходного производства и утилизации отходов, содержащих синтетические волокна. Также, изучив процесс деструкции, можно разработать методы повышения биостойкости волокон, а, следовательно, и материалов, которые из них изготавливаются» [3, с 1].

Объектами исследования были 3 штамма микроорганизмов, выделенных из активного ила нитрификаторов (N1) и денитрификаторов (DN2, DN3) очистных сооружений ОАО «Гродно Азот». Модификации подвергались: по-

ликапроамидные волокна tex 93, выпускаемые филиалом «Завод Химволокно» ОАО «Гродно Азот». Была разработана методика культивирования микроорганизмов на различных питательных средах с добавлением полиамидных волокон, изучено влияние волокна на интенсивность роста микроорганизмов. В качестве среды для биомодификации полиамидного волокна использовались: среда Эванса, богатая питательными веществами и голодная среда, стабилизированная веществом-донором поливиниловым спиртом (ПВС провоцирует выработку ферментов).

Концентрацию клеток в культуральной жидкости определяли с помощью измерения оптической плотности суспензий.

Было выявлено, что микроорганизмы способны разрушать полиамидные волокна, особенно при недостатке питательных веществ. Так, при культивировании на голодной среде с добавлением полиамидных волокон, выявлен более интенсивный рост, по сравнению с контролем, всех изучаемых штаммов, что свидетельствует об их способности расщеплять полиамидные волокна и использовать их как питательный субстрат. Более активно использует полиамидное волокно как единственный источник углерода и азота штамм DN3 (выше контроля на 99%) (рисунки 1, 2).

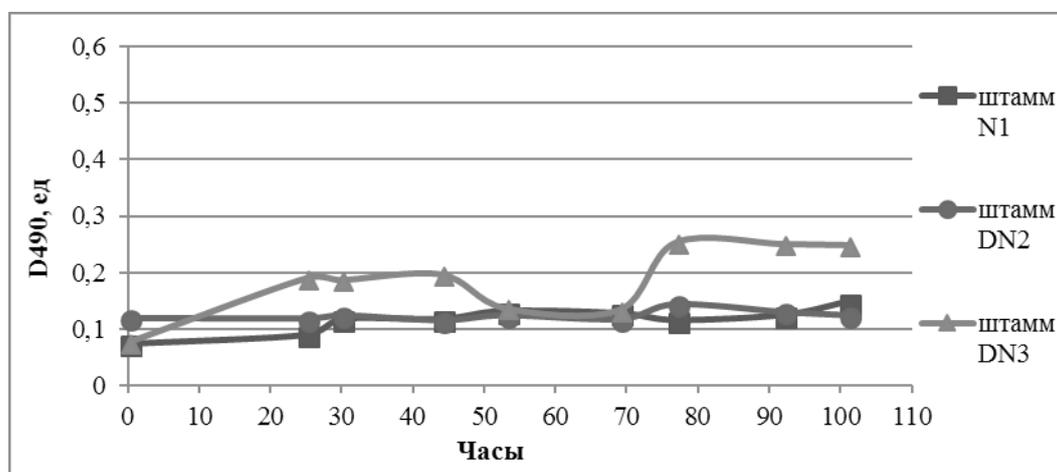


Рис. 1. Динамика роста микроорганизмов при культивировании в голодной среде, без добавления волокон

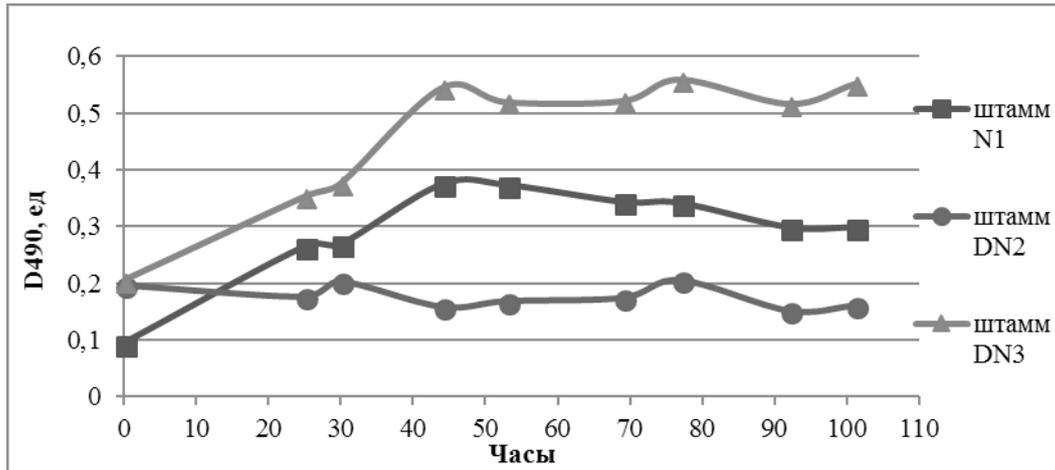


Рис. 2. Динамика роста микроорганизмов при культивировании в голодной среде, содержащей полиамидные волокна

В связи с тем, что в среде Эванса, в отличие от голодной среды, присутствуют органические вещества, создаются условия для кометаболизма волокон. При культивировании на среде Эванса с добавлением волокон, наблюдается более интенсивный рост штаммов N1 и DN2 по сравнению

с контролем. Более активно в условиях кометаболизма использует полиамид штамм DN2 (выше контроля на 57%). Штамм DN3 лучше развивался в контроле, что говорит о неспособности данного штамма разрушать полиамидные волокна в условиях кометаболизма (рисунки 3, 4).

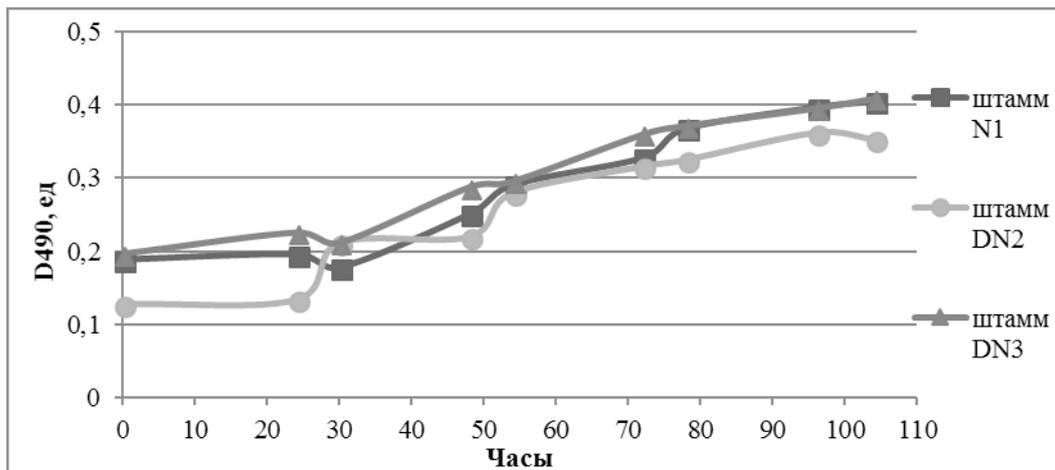


Рис. 3. Динамика роста микроорганизмов при культивировании в среде Эванса, без добавления волокна

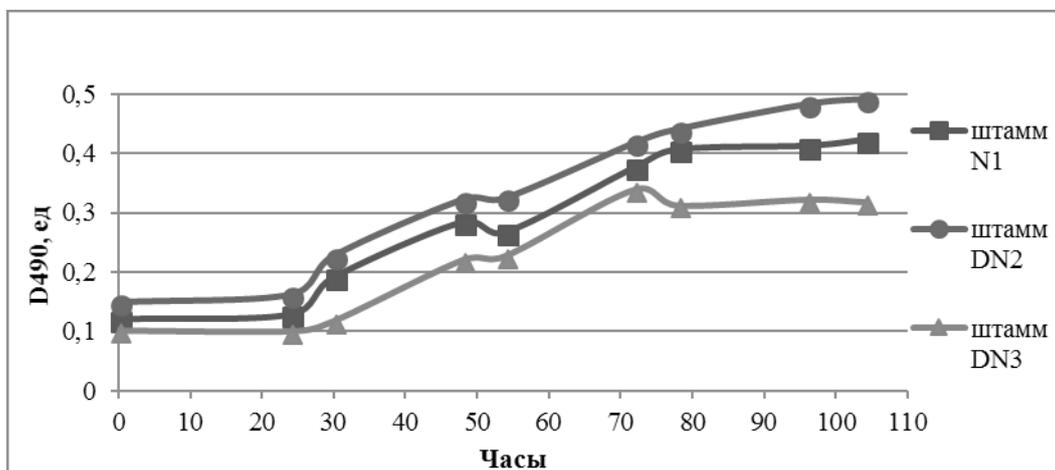


Рис. 4. Динамика роста микроорганизмов при культивировании в среде Эванса, содержащей полиамидные волокна

Исходя из этого, можно сделать вывод, что микроорганизмы могут использоваться для деструкции полиамидного волокна.

Литература:

1. Васнев, В. А. Биоразрушение полимеров / В. А. Васнев // Поликонденсационные процессы и полимеры. — Нальчик, 1983. — 373 с.
2. Свириденко, А. И. Модифицирование поверхности полиамидных волокон при бактериальном воздействии / А. И. Свириденко, В. В. Мешков, И. М. Ринкевич // Доклады АНБ. — 1995. — Т. 39. — № 4. — С. 113–116.
3. Корин, И. М. Взаимодействие микроорганизмов с полиамидным волокном в процессе биомодификации: Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. биол. наук: 03.00.23 / И. М. Корин; Грод. гос. ун-т им. Я. Купалы. — Гродно, 1998. — 17 с.

Ландшафтно-экологическое озеленение парка «Зеленый остров» города Уссурийска Дальнего Востока

Корнилов Александр Вячеславович, студент магистратуры;
Тлустая Сусанна Евгеньевна, доцент
Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

В статье рассматривается озеленение парка культуры и отдыха «Зеленый остров» города Уссурийска, так как в 1963 году был самым лучшим парком в РСФСР. Рассматривается история развития парка, его озеленение. Проанализировано современное состояние лесных культур на данной территории и даны рекомендации по улучшению озеленения парка.

Основной целью для написания данной статьи является потребность населения в качественном отдыхе в России. Также важной составляющей послужило то обстоятельство, что Президент Российской Федерации Владимир Владимирович Путин в своем послании Федеральному собранию на 2018 г. упомянул об открытии 24 новых заповедников и национальных парков. На сегодняшний день парки являются актуальными и потребность в них возрастает.

Ключевые слова: озеленение, парк, развитие, деревья, Дальний Восток, Уссурийск.

Урбанизированная среда на территории Уссурийска является стрессовым фактором в жизни не только людей, но и растений, и растительных сообществ. Происходит сокращение озелененных территорий, идет тенденция сокращения территорий существующих парков, садов, уличного озеленения, придомовых зеленых зон. Острота проблемы определяется не только уменьшением озелененных площадей, но и некачественным подбором растений, снижением уровня их экологической пластичности и жизнеспособности в экстремальных условиях города, качеством посадочного материала и отсутствием квалифицированного ухода.

Рассматривая исторический аспект развития города Уссурийска (Никольска), можно отметить, что озеленение территории происходило медленными темпами. Но, уже в 1906 году постановлением Собрания уполномоченных от 15 сентября И. А. Юргенсону был выделен бесплатный участок на реке Раковке для устройства парка, который начал функционировать в 1910 году и стал называться «Зеленый остров». Продолжает работать общество садоводства и огородничества. Только за 1912 год оно получило посадочного материала: яблонь — 1500, смородины — 600 кустов, сливы — 200, вишни — 300, ясени — 600, тополя — 1000,

клена — 200, акации — 100. Всего 4800 деревьев и кустарников. Озеленение города Уссурийска (Никольска) активно началось с середины 1950-х в связи с высокими темпами его роста. Этот процесс имел хаотичный и стремительный характер, поскольку в отсутствии генеральной схемы озеленения и плана перспективного развития озелененных территорий за короткий период было высажено огромное количество саженцев и семян. Сложные природно-климатические условия региона и большие объемы озеленения определили большой процент гибели высаженных растений и использование однообразного ассортимента в посадках. Причинами деградации городских насаждений являются как природные факторы перестойность их основной массы, поражение насекомыми и фитопатогенным вредителями, так и антропогенные организационно-хозяйственные мероприятия (отсутствие систематического ухода, недостаточное финансирование); планировочные нормы (нарушение санитарно-гигиенических и градостроительных норм размещения растений, низкий уровень благоустройства); экологические показатели (загрязнение воздуха, разрушение и загрязнение почвенного покрова, недоучет экологических требований растений). В апреле 1947 года развер-

нулось соцсоревнование за превращение города Уссурийска (Никольска) в благоустроенный и культурный город Советского Приморья. Требовалось отработать на благоустроительных работах каждому человеку по 80 часов в месяц. Ежедневно рабочие и служащие после трудового дня по 2 часа своего рабочего времени отдавали на благоустройство города — выравнивали улицы, копали клумбы, делали мостики, обустроивали клумбы, скверы, занимались посадками деревьев и т. д. В 1959 г. В питомнике Горзелентреста помимо вяза мелколистного и тополя черного стали выращивать вишню войлочную и песчаную, тополь серебристый и канадский, лимонник китайский, сирень обыкновенную, орех маньчжурский, акация белая и амурская, бересклет, кедр корейский, дуб монгольский, лох узколистный, спирея калинолистная и калина, груша уссурийская, клен Гиннала, жимолость, береза и липа. Сбылась давняя мечта жителей города — Никольск, Никольск — Уссурийский, Ворошилов, Уссурийск превратился в город — сад. Особенно преобразился парк «Зеленый остров». В 1963 году по решению коллегии Министерства культуры Российской Федерации он был награжден почетным дипломом и ему присвоено почетное звание «Лучший парк РСФСР». Да и сам Уссурийск становится известным всей стране по размаху благоустроительных работ. Четырежды он занимал призовые места в соревнованиях по благоустройству среди российских городов и удостоивался республиканских премий. В 1967 году Совет Министров РСФСР обобщил опыт работы Уссурийского горисполкома по благоустройству и развитию зелено — парковой зоны и рекомендовал его использовать городами Российской Федерации.

На сегодняшний день активная убыль озелененных площадей в городе в результате уплотнительной застройки не компенсируется и закрепляется в нормативном порядке. Жилищное строительство, реконструкция дорог, строительство автостоянок, приводят к тому, что озелененные площади сокращаются. В парке мало используются представители местной флоры. Большинство деревьев находятся в средневозрастном и старом генеративном состоянии. Сравнительный анализ жизнеспособности древесных пород с различной степенью встречаемости в городских посадках показал, что редко встречаемым видам, как правило, присущ высокий статус жизнеспособности, в то время как у пород с умеренной и частой встречаемостью наблюдается во многих случаях сильное повреждение.

Разнообразие древесных растений парка «Зеленый остров» г. Уссурийска представлено различными видами, среди которых массово представлены всего лишь 9 (клён

ясенелистный, вяз японский, ясень маньчжурский, ясень носолистный, тополь корейский, берёза японская, липа, черемуха, ива). Хвойные деревья встречаются редко и представлены такими видами, как лиственница и сосна. Анализ онтогенетической структуры урбопопуляций доминирующих древесных пород, используемых в городском озеленении, показал, что она характеризуется как нормальная (реже регрессивная), неполночленная, старо- или средневозрастная, поскольку от 70 до 80 % древесных насаждений составляют посадки 1950–1960 гг., нуждающиеся в плановой замене. Индекс возобновляемости городских популяций древесных растений (в среднем 9,0%), по сравнению с популяциями из естественных природных сообществ, имеет четко выраженную тенденцию к снижению (70,0%), а индекс старения — к увеличению (соответственно 11,6 и 4,08). Динамика возраста урбопопуляций деревьев ставит перед питомническим хозяйством города задачу по расширению ассортимента посадочного материала и резкому увеличению его объема для массовой замены старовозрастных насаждений. Сегодня обычной является практика заимствования растений из-под полога леса. Это ведет не только к снижению приживаемости растений, но и к удорожанию озеленения. Необходима комплексная многолетняя программа озеленения и в качестве первого шага — оценка состояния зеленого фонда города. Для улучшения экологической обстановки нужно сохранить и расширить площади зеленых насаждений общего пользования. Улучшение экологической ситуации в городе связано с совершенствованием системы озеленения, под которой понимается научно обоснованное пространственное размещение всех компонентов озеленения в соответствии с градостроительными зонами, климатическими, почвенными и другими факторами с целью достижения оптимального эстетического, санитарно-гигиенического и экологического эффектов.

Заключение

Для ландшафтно-экологического озеленения парка «Зеленый остров» г. Уссурийска предлагается высаживать такие древесные растения, как туя западная, магнолия японская, рододендрон, азалия, яблоня Недзвецкого, акация, дуб. Из хвойных — кедр, ель, сосна, лиственница. Для лучшего эстетического восприятия добавить цветники и озеро с цветами лотосов.

При создании эффективной службы озеленения в городе Уссурийске и использовании рекомендаций и опыта работы сотрудников Ботанического сада — института ДВО РАН можно создать город-сад с прекрасным зеленым нарядом, одним из факторов комфортной и здоровой среды обитания.

Литература:

1. Василюк, В. К. Озеленение городов Приморского края. Владивосток: ДВО АН СССР, 1987. — 516 с.
2. Древесные растения селитебных г. Уссурийска Приморский край. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://elibrary_32453080_46507241.pdf
3. Краткая характеристика зеленой зоны города Уссурийска. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://elibrary_12987531_86607339.pdf

4. Урусов В. М. Владивосток-юг Приморья: вековая и современная динамика растительности: научное издание. Владивосток: Дальнаука, 2010. — 420 с.
5. Шихова Н. С. Деревья и кустарники в озеленении города Владивостока. Владивосток: Дальнаука, 2006. — 236 с.

Проблемы выбросов в окружающую среду в России и мире

Павлова Елена Евгеньевна, студент магистратуры
Пензенский государственный технологический университет

Статья посвящена актуальным проблемам выбросов в окружающую среду. Автором исследованы основные источники, влияющие на состояние окружающей среды, а также выявлены основные проблемы, не позволяющие окружающей среде быть экологически чистой. Автором приведено распределение выбросов вредных веществ в России и мире и на основании зарубежного опыта, предложен набор первоначальных мер по формированию стратегии защиты окружающей среды от выбросов.

Ключевые слова: экология, выбросы ГН (государственные нормы), ПДК (предельно допустимая концентрация), ПДУ (предельно допустимые уровни), окружающая среда.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. В настоящий момент многими авторами (.Л. И. Леонов [1], Ю. С. Юсфин [2], П. И. Черноусов [3] и др.), в научных трудах исследуются проблемы выбросов в окружающую среду. Так по мнению Ю. Пшеника [4] в результате углубления противоречий между обществом и природой экологические проблемы становятся все более опасными. Е. И. Павлова [5] отмечает, что «экологические проблемы, возникшие сегодня, — следствие не только длительного пренебрежения природоохранными факторами в развитии хозяйственной и иной деятельности, большую роль сыграло «устойчивое представление о неисчерпаемости природы».

В. Ф. Протасов [6] проводя анализ о состоянии окружающей среды показывает, что данная ситуация связана с длительным функционированием российской экономики в условиях принятия большинства экономических решений при игнорировании общепринятых в других странах экологических требований.

Экологическая ситуация в России является более неблагоприятной, чем во многих ведущих странах, при этом заявленные в области охраны окружающей среды планы реализуются не в полной мере.

По данным BP Statistical Review of World Energy 2017 (далее — ВР), совокупный объем выбросов углекислого газа в мире в 2016 году достиг 33,4 млрд т. Это всего на 0,1 % выше уровня 2015 года, что является большим достижением для мира. Россия занимает 4-е место в мире по выбросам углекислого газа (1,5 млрд т в 2016 году). В 2016 году у Китая по-прежнему наибольшие объемы выбросов CO₂ в мире (27,3 % от совокупного объема), на втором месте остаются США (16,0 %), далее идут Индия (6,8 %), Россия (4,5 %) и Япония (3,6 %) [7]

Среди основных международных тенденций выделяются [8]:

- снижение выбросов в 2017 году в Китае — главном источнике выбросов на планете;
- устойчивое снижение выбросов в США (за счет перехода с угля на газ) и в Европе (менее заметное);
- быстрый рост объема выбросов в развивающихся странах (в частности, Индии);
- суммарный прирост выбросов развивающихся стран пока перекрывает снижение в развитых странах;
- стабильность выбросов в Японии и России.

По сравнению с 1990 годом — базовым годом Рамочной конвенции по изменению климата ООН (РКИК ООН) и Киотского протокола, — совокупные выбросы в России значительно снизились: на 45,7 % с учетом сектора ЗИЗЛХ, и на 29,6 % — без его учета. С 1990 по 1998 год в России выбросы парниковых газов снижались во всех секторах в связи с тяжелым кризисом в экономике страны в целом и в промышленности в особенности. За период экономического роста 1999—2008 годов выбросы парниковых газов увеличились на 15,0 %. Рецессия 2008—2009 года значительно снизила объем выбросов, как и спад в экономике 2014 года [9].

Но несмотря на это уровень выбросов все еще остается на высоком уровне. Согласно опубликованному докладу ОЭСР «Показатели зеленого роста 2017» («Green Growth Indicators 2017»), прогресс в повышении эффективности использования природных ресурсов и снижении нагрузки на окружающую среду в мире является слишком медленным [10].

Более того, в докладе отмечается, что уровень загрязнения атмосферы остается опасно высоким. В частности, менее 1/3 стран ОЭСР выполняют нормы ВОЗ по концентрации мелкодисперсных взвешенных частиц PM_{2.5} (частиц диаметром менее 2.5 микрон). И уровень загрязнения продолжает расти, прежде всего, в Китае и Индии. Россия, согласно данным доклада, также находится в числе тех стран, где проблемы с охраной окру-

жающей среды остаются существенными, а улучшения происходят низкими темпами или не происходят совсем. Так, концентрация PM2.5 составляла в России 15,1 мкг/

м³ в 2017 г. при норме ВОЗ 10 мкг/м³. Более подробно представленные выше данные по России и миру показаны на рисунке 1.

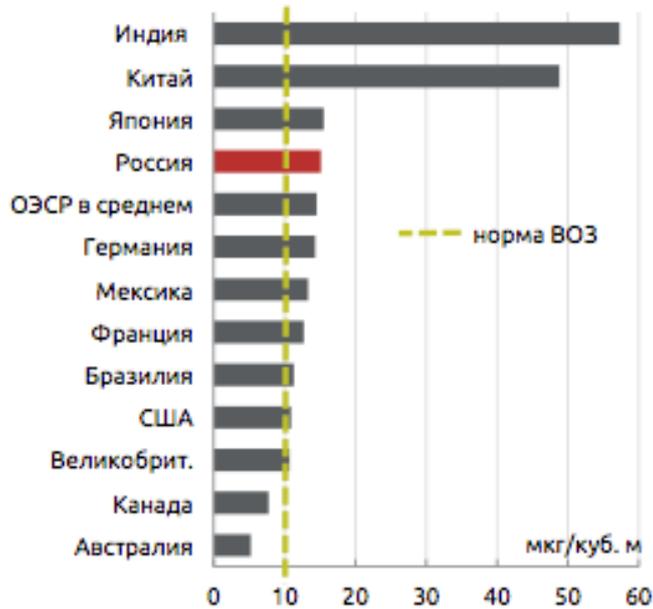


Рис. 1. Концентрация PM2.5 в России и мире [10]

При этом Россия занимает 2 место среди 46 стран, по которым ОЭСР приводит данные, по уровню смертности от загрязнения частицами PM2,5 и озоном (О3). По данным международной организации, 944 чел. на 1 млн жителей в России умерли в 2015 г. от загрязнения воз-

духа данными веществами. Для сравнения, в 1990 г. данный показатель в России был ниже и составлял 910 чел. на 1 млн. жителей. Средний показатель по странам ОЭСР находился в 2017 г. на уровне 393 чел. на 1 млн. жителей в 2017 г. (рисунок 2).

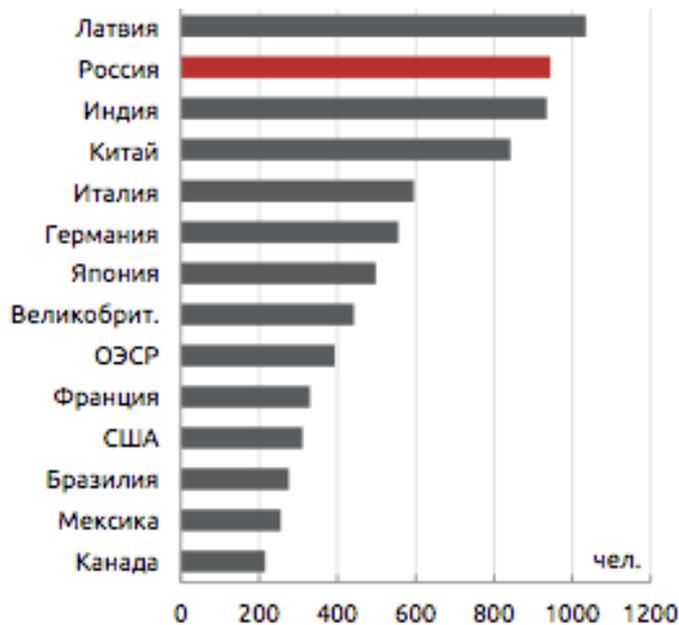


Рис. 2. Число смертей от PM2.5 в России и мире [10]

Ситуация с выбросами других вредных веществ в атмосферу также остается неблагоприятной в России.

Аналогичная ситуация складывается в России и по другим видам вредных выбросов [11].

Согласно опубликованному Минприроды в мае этого года отчету о ходе реализации и оценке эффективности государственной программы «Охрана окружающей среды на 2012–2020 гг.» за 2017 г., целевые значе-

ния большого числа ключевых показателей не были достигнуты. Так, выбросы загрязняющих веществ в атмосферу от стационарных источников в ТЭК и металлургии составляли в прошлом году 80–81 % от уровня 2007 г. при запланированном в программе целевом значении 71–72 %.

Выбросы загрязняющих веществ в атмосферу от автомобильного транспорта в 2017 г. составили 94 % вместо запланированных 83 %. В целом, 17,4 млн. чел. в России в прошлом году проживало на территориях с неблагоприятной экологической ситуацией в результате прошлой хозяйственной и иной деятельности (запланированное значение на 2017 г. — 17,2 млн. чел.).

В качестве основных причин не достижения целевых показателей программы Минприроды называет, в том числе, сокращение финансирования природоохранных мероприятий, как со стороны государства, так и со стороны бизнеса. При этом уровень текущих затрат на охрану окружающей среды в прошлом году незначительно отклонился от запланированного значения (примерно 172 % от уровня 2007 г. по сравнению с планом в 173 %). Наиболее же критической в 2017 г. была ситуация с инвестициями в основной капитал на охрану окружающей среды. Их уровень составил в прошлом году лишь 60,6 % от уровня 2007 г. по сравнению с 99,4 % в 2015 г. и запланированным значением в 113,6 % на 2017 г. [12]

Объявленный годом экологии 2017 г. мог бы способствовать улучшению ситуации в данной области. Однако учитывая нестабильную экономическую ситуацию и недостаток инвестиций в стране в целом, реализуемость программ в области охраны окружающей среды в России пока остается под вопросом.

Не утешительные результаты Года экологии — это закономерное продолжение процесса деэкологизации практически всех сфер государственной и общественной жизни, продолжающейся 20 лет. За это время отменены многие эффективные требования природоохранного законодательства, ликвидирован самостоятельный орган по охране окружающей среды [13].

Одна из главных причин сложной, а местами катастрофической экологической ситуации в России, — это нестабильность базового законодательства.

Так, средний срок действия природоохранного закона без изменений составляет менее пяти месяцев. В Беларуси, Казахстане и Великобритании изменения принимаются в 2–15 раз реже.

Кроме того, так и не был принят закон о государственной экологической экспертизе, который позволял бы оценивать воздействие на окружающую среду различных сфер человеческой деятельности. Не развита система мониторинга состояния окружающей среды и доступа общественности к этой информации. Отсутствует целый ряд измерительных систем, не внедрены современные технологии. На это выделяется недостаточно средств. В стране не существует программы научных исследований окружающей

среды. И пока нет независимого природоохранного органа, а создать его чрезвычайно важно.

При этом, зарубежный опыт показывает, что природоохранительное сотрудничество прогрессирует и расширяется, оно стало более глубоко связанным с всесторонним развитием человека, и общества. В настоящее время практически во всех государствах мира государственное экологическое управление охраны окружающей среды осуществляется через систему (совокупность) органов, его осуществляющих [14].

В странах ЕС широкое распространение получили налоги на невозвратную тару для напитков, пластиковые мешки, элементы электропитания, химические удобрения и др. Например, в Италии действует налог на пластиковые пакеты, в Нидерландах и Швеции — на использование сульфатных удобрений, во Франции — на упаковочную тару из-под напитков (средства используются для решения проблем утилизации упаковочной тары). Налоги являются эффективным средством реализации экологической политики государства, так как стимулируют использование в производстве менее интенсивных по содержанию двуокси углерода энергоносителей, способствуют сокращению объемов образования отходов и улучшают процесс их утилизации.

В Германии, Дании, Нидерландах и ряде других стран функционирует такой рыночный инструмент экологического регулирования, как торговля правами (разрешениями) на загрязнение. Так как фирмы имеют различные уровни предельных издержек по сокращению загрязнения окружающей среды, то между ними объективно возникают условия для подобного рода торговли. Сравнивая при этом размеры предельных издержек по снижению загрязнения с рыночной ценой разрешений, фирмы самостоятельно принимают решения о целесообразности покупки (продажи) таких разрешений и их количестве. В случае, если предельные издержки снижения загрязнения окружающей среды для фирмы превышают рыночную цену разрешений, ей выгоднее купить дополнительные разрешения на загрязнение, а не снижать объемы выбросов. И напротив, когда цена разрешения выше предельных издержек по снижению загрязнения, фирмы будут продавать разрешения (права) на загрязнение.

Что касается США, то основными принципами эколого-экономического регулирования в данном государстве являются предупреждение экологических последствий, их нейтрализация и компенсация ущерба. При этом если в 70-е годы основными являлись принципы предупреждения и нейтрализации неблагоприятных экологических последствий, то с начала 80-х годов значительное внимание стало уделяться принципу компенсации.

Государственное эколого-экономическое регулирование в США основывается на системе законодательных актов и ориентирует штаты на разработку планов природоохранных мероприятий, обеспечивающих выполнение установленных национальной программой стандартов. В 70-е годы приоритет отводился административно-правовым мето-

дам, среди которых основное место занимали нормативы (стандарты) и административные правила. Такие стандарты предусматривали обязательное соблюдение определенных количественных нормативов — предельной концентрации вредных веществ, время воздействия загрязнителей и т. д. Административные правила были основой программы мероприятий по достижению указанных стандартов. Эти правила требовали сбора и обобщения информации, определения минимальных требований для освобождения от налогов и предназначались для регулирования мощности основных источников загрязнения в США.

Вместе с тем реализация государственной политики эколого-экономического регулирования невозможна без разработки и внедрения в практику хозяйствования методов экономического стимулирования, к которым относятся прямые и косвенные субсидии (инвестиционные и на покрытие эксплуатационных издержек) частным фирмам, региональным и местным органам власти; займы и кредиты по низким процентам ставкам, гарантии по банковским ссудам; предоставление режима ускорен-

ной амортизации очистного оборудования и другой экотехники; льготные ставки по косвенным налогам на продажу экотехники или освобождение ее от налогообложения; налоговые льготы на доходы от природоохранных программ частным предприятиям; льготные тарифы фирмам на очистку стоков на муниципальных централизованных водоочистных сооружениях и др. [14]

Изложенное свидетельствует, что в зарубежных странах накоплен значительный опыт использования административно-правовых и экономических инструментов регулирования природопользования и охраны окружающей среды. При этом наилучшего инструмента экологического регулирования не существует: каждый из них направлен на решение конкретных задач и в определенных случаях является более предпочтительным, чем другой. Иными словами, для зарубежных стран характерно сочетание разнообразных методов экологического регулирования, что позволяет государствам проводить комплексную эколого-экономическую политику, охватывающую все уровни и сферы природопользования.

Литература:

1. Леонова Л. Б., Бабич Л. А. Экономика природопользования: Учебное пособие. — Екатеринбург: НОУ ВПО «Уральский финансово-юридический институт», 2015. — 218 с.
2. Юсфин Ю. С. Отходы: Воздействие на окружающую среду и пути утилизации // Экология и промышленность России. 2017. — № 3. — С. 32–35.
3. Черноусов П. И. Рециклинг. Технологии переработки и утилизации техногенных образований и отходов в черной металлургии Монография. — М.: МИСИС, 2016. — 428 с.
4. Пшенник Ю. Экологические стандарты как новый фактор конкурентной борьбы / Ю. Пшенник // Стандарты и качество. — 2017. — № 8. — С. 86.
5. Павлова, Е. И. Общая экология: учебник и практикум для СПО/Е. И. Павлова, В. К. Новиков. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 190 с.
6. Протасов В. Ф. Экология, здоровье и охрана окружающей среды в России. — М.: Финансы и статистика, 2016—672 с.
7. Экологическая ситуация в России и мире [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://icss.ru/ekonomicheskaya-politika/ekologiya/ekologicheskaya-situacziya-v-rossii-i-mire>
8. Экология и экономика: сокращение загрязнения атмосферы страны [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/14708.pdf>
9. Национальный доклад о кадастре разрабатывается и представляется в соответствии с обязательствами Российской Федерации согласно Рамочной Конвенции ООН об изменении климата и Киотскому протоколу к Рамочной Конвенции ООН об изменении климата. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://cc.voeikovmgo.ru/images/dokumenty/2017/RUS-NIR-2017_vol1.pdf
10. Перспективы окружающей среды ОЭСР на период до 2050 года [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.oecd.org/env/outreach/OECD%20outlook%20to%202050_Hightlights_RUS.pdf
11. Доклад об экологическом развитии Российской Федерации в интересах будущих поколений [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.cenef.ru/file/Doklad.pdf>
12. Сводный годовой доклад о ходе реализации и оценке эффективности государственных программ Российской Федерации по итогам 2017 года [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/c270e873-b1bf-4f62-a9f8-5c270e873-b1bf-4f62-a9f8-5caaba44f844>
13. Экологические приоритеты для России [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/15600.pdf>
14. Обзор примеров успешной реализации экологических инициатив за рубежом [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://www2.deloitte.com/content/dam//russian/ru_ecology_international_experience_rus.pdf

Фитосанитарное состояние лесных насаждений на территории отдела Калачинского лесничества Главного управления лесного хозяйства Омской области

Учарова Юлия Николаевна, студент магистратуры;
Зюбровская Ася Владимировна, студент магистратуры;
Гайвас Алексей Алексеевич, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент
Омский государственный аграрный университет имени П. А. Столыпина

В статье дан анализ фитосанитарного состояния лесных насаждений Калачинского лесничества главного управления лесного хозяйства Омской области.

Ключевые слова: фитосанитарное состояние, распространение, вредоносность, болезни, вредители.

Общий надзор за состоянием лесов, и сигнализация об их повреждении решает задачу своевременного обнаружения и оперативной сигнализации о массовом или значительном усыхании и повреждении лесов вредителями, поражении болезнями и другими патологическими факторами.

Борьба с вредителями и болезнями только тогда может быть успешной, когда она ведется систематически, всеми доступными методами и средствами. При этом тактика борьбы может меняться. Она зависит от видового состава вредителей и болезней, степени вреда, приносимого отдельными видами, экологических и природных условий лесного массива.

Калачинское лесничество Главного управления лесного хозяйства Омской области расположено в юго-восточной части Омской области на территориях Калачинского, Горьковского, Нижнеомского муниципальных районов. Общая площадь Калачинского лесничества составляет 161 137 га. [1]

Согласно ежегодным отчётам Федерального государственного учреждения «Российский центр защиты леса» по Омской области Калачинское лесничество относится к зоне средней лесопатологической угрозы [2, 3, 4, 5].

В Калачинском лесничестве в 2011–2017 гг основными причинами ослабления и гибели лесных насаждений являются: лесные пожары, неблагоприятные погодные условия и почвенно-климатические факторы, а также антропогенные факторы (табл. 1).

Как видно из таблицы 1 за последние семь лет (2011–2017 гг.) наибольшая площадь поврежденных насаждений пришлось на конец 2013 года. Площадь насаждений с нарушенной и утраченной устойчивостью по различным причинам выявлена также в 2013 году и составила 3928,6 га. По причине лесных пожаров 1861,5 га, а вследствие неблагоприятных погодных условий и почвенно-климатических факторов в 2013 году 2430,5 га.

Таблица 1. Распределение площади насаждений Калачинского лесничества с нарушенной и утраченной устойчивостью по причинам ослабления и гибели

Года	Всего, га	В том числе по причинам ослабления (гибели), га			
		лесные пожары	неблагоприятные погодные условия и почвенно-климатические факторы	непатогенные факторы	антропогенные факторы
2011	611,5	591,6	19,9	0,0	0,0
2012	3208,5	1348,8	1859,5	0,0	0,2
2013	3928,6	1497,9	2430,5	0,0	0,2
2014	3790,1	1861,5	1928,4	0,0	0,2
2015	3784,1	1852,3	1931,7	0,0	0,1
2016	863,4	856,2	7,2	0,0	0,0
2017	1018,9	1010,0	8,9	0,0	0,0

Из таблиц 2 видно, что в 2011–2017 гг. от воздействия неблагоприятных погодных условий и почвенно-климатических факторов погибло 1956,3 га насаждений.

Лесные пожары оказывают наибольшее отрицательное влияние по сравнению с другими причинами на состояние лесных насаждений.

Наибольшее количество пожаров приходится на весну и осень. Возникновению и распространению лесных пожаров в большой степени способствуют погодные условия, наличие значительных площадей заброшенных сельскохозяйственных угодий и захламленности в лесных насаждениях.

Основные причины возникновения лесных пожаров — по вине граждан и сельхозпалы. Среди неблагоприятных погодных условий и почвенно-климатических факторов переувлажнение почвы под действием почвенно-климатических факторов является наиболее распространенной причиной гибели. Сведения о лесных пожарах, произошедших в Калачинском лесничестве приведены в таблице 3

За последние семь лет на территории Калачинского лесничества зафиксировано 214 пожаров. Площадь насаждений, пройденных пожарами в лесничестве за семь лет, составила 2422,7 га.

Таблица 2. Распределение площади насаждений с нарушенной и утраченной устойчивостью по величине усыхания за 2011–2017 гг.

год	Площадь насаждений с наличием усыхания на конец года, га				В том числе погибшие насаждения		
	всего	в том числе по степени усыхания			за текущий год		
		≤ 4%	4,1–10%	10,1–40%	> 40%	площадь, га	запас, дес. м ³
2011	5407,7	0,0	2070,3	2137,6	1199,8	1263,2	17811,1
2012	3208,5	0,0	1844,4	59,2	1304,9	667,2	9181,9
2013	3928,6	0,0	1925,1	549,8	1453,7	0,0	0,0
2014	3790,1	0,0	1676,6	488,3	1625,2	15,9	0,0
2015	3784,1	0,0	1672,9	488,6	1622,6	0,0	0,0
2016	897,2	0,0	0,9	0,0	896,3	3,5	0,0
2017	1046,8	0,0	0,9	0,0	1045,9	6,5	0,0
За 7 лет	22063,0	0,0	9189,3	3723,5	9148,4	1956,3	26993,0

Таблица 3. Сведения о лесных пожарах по состоянию на 2011–2017 года

Год	Всего лесных пожаров, ед	Площадь насаждений, пройденных пожарами		Погибшие насаждения за текущий год от воздействия пожаров различных лет давности, га
		лесные земли, всего га	из них покрытые лесной растительностью земли, пройденные низовыми пожарами	
2011	34	217,4	217,4	1257,7
2012	47	432	428	667,0
2013	10	47,3	47,3	790,7
2014	55	870,0	858,0	15,9
2015	10	129,0	129,0	-
2016	18	120,0	-	3,5
2017	40	607,0	-	6,5
За 7 лет	214	2422,7	1679,7	2741,3

Больше всего лесных пожаров 55 ед. было в 2014 г. На 2017 г. в Калачинском лесничестве площадь насаждений, пройденных пожарами на лесных землях, составило 607 га, и погибших насаждений за текущий 2017 г. от воздействия пожаров различных лет давности составило 6,5 га. Это свидетельствует о том, что в 2017 году площадь насаждений, пройденных пожарами меньше, чем в остальной период.

Среди других факторов, повлиявших на состояние насаждений в отчетном году, следует отметить переувлажнение почв под действием почвенно-климатических факторов в некоторых районах Омской области и ветровалы на крайнем юге области.

Причиной повреждения выявленных в текущем году в насаждениях с наличием буреломных и ветровальных деревьев являются сильные и ураганные ветры 1–3 летней и более давности (Таблица 4)

Таблица 4. Площади насаждений Калачинского лесничества с нарушенной и утраченной устойчивостью под воздействием неблагоприятных погодных условий и почвенно-климатических факторов

Год	Причина ослабления (усыхания)	Повреждаемая порода	Год повреждения	Площадь воздействия, га	Площадь насаждений с нарушенной и утраченной устойчивостью, га
2011	Переувлажнение	ББ	Более 3	16,0	-
	Ветровал	ББ	1–3	2061,2	2056,5
2012	Переувлажнение	ББ	1–3	16,1	16,1
	Ветер	ББ	1–3	2061,2	1843,4
2013	Ветер	ББ	2010	1,6	1,6
		ББ	2009	1840,8	1840,8
		ББ	2012	392,4	291,8
		ББ	2010	101,4	101,4
		ББ	2013	421,0	194,9

Год	Причина ослабления (усыхания)	Повреждаемая порода	Год повреждения	Площадь воздействия, га	Площадь насаждений с нарушенной и утраченной устойчивостью, га
2014	Переувлажнение	ББ	2010	79	79
	Ветер	ББ	2009	1654,4	1654,4
		ББ	2012	392,4	
		ББ	2013	496,0	164,9
		ББ	2014	101,2	101,2
2015	Переувлажнение	Б	2010	6,1	6,1
2016	Переувлажнение	Б	2009	6,3	6,3
	Ветер	Б	2013	331,1	-
	Засуха	Б	2014	0,9	0,9
2017	Переувлажнение	Б	2009	7,0	7,0
	Засоление	Б	2009	1,0	1,0
	Засуха	Б	2014	0,9	0,9
Всего				9916,9	8297,1

Литература:

1. Лесохозяйственный регламент Калачинского лесничества Омской области — Омск: Лесоустроительная экспедиция, 2009. — 84с.
2. Обзор санитарного и лесопатологического состояния лесов Омской области за 2012 год и прогноз лесопатологической ситуации на 2013 год. Новосибирск 2013 г. — 121 с.
3. Обзор санитарного и лесопатологического состояния лесов Омской области за 2013 год и прогноз лесопатологической ситуации на 2014 год. Новосибирск 2014 г. — 149 с.
4. Обзор санитарного и лесопатологического состояния лесов Омской области за 2014 год и прогноз лесопатологической ситуации на 2015 год. Новосибирск 2015 г. — 162 с.
5. Обзор санитарного и лесопатологического состояния лесов Омской области за 2015 год и прогноз лесопатологической ситуации на 2016 год. Новосибирск 2016 г. — 143 с.
6. Обзор санитарного и лесопатологического состояния лесов Омской области за 2016 год и прогноз лесопатологической ситуации на 2017 год. Новосибирск 2017 г. — 143 с.
7. Обзор санитарного и лесопатологического состояния лесов Омской области за 2017 год и прогноз на 2018 год. Новосибирск 2018 г. — 135 с.

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

Применение плодово-ягодных растений в декоративном садоводстве

Зюбровская Ася Владимировна, студент магистратуры;

Учарова Юлия Николаевна, студент магистратуры

Омский государственный аграрный университет имени П. А. Столыпина

В данной статье приведен список с описанием плодово-ягодных растений, которые используются в декоративном садоводстве. Предложенные плодовые растения, по мнению автора, используются для создания декоративных композиций на объектах ландшафтной архитектуры.

Ключевые слова: плодово-ягодные растения, декоративное садоводство, садоводство, плод, ландшафтный дизайн, ландшафтная архитектура.

В современном декоративном садоводстве плодово-ягодные культуры применяются редко. В то же время они обладают прекрасными декоративными качествами, особенно в период цветения и могут быть использованы при создании объектов ландшафтной архитектуры.

Для украшения окружающего пространства при создании ландшафтного дизайна в декоративном современном садоводстве гораздо меньше других красивоцветущих растений применяют плодово-ягодные культуры. Хотя с таким подходом можно поспорить, так как такие культуры, особенно в период своего цветения обладают удивительными по красоте декоративными качествами. Особенно если взять такие дикорастущие яблони, как *Malus sylvestris*, *M. floribunda*, которые можно с успехом использовать во время создания объектов ландшафтной архитектуры.

Человек на первом этапе развития садоводства использовал плодовые растения дикорастущих видов. Растения плодово-ягодной группы согласно истории пловодства в растениеводстве, относятся к одним из древних отраслей. Родиной таких культур являются такие регионы нашей планеты, как Юго-Восточная, Передняя и Средняя Азия, а также Закавказье и все средиземноморское побережье. Со временем такие зоны пловодства были постепенно перенесены на равнины, а также в долины и речные поймы. В этих местах благодаря прекрасным почвам и хорошему климату они успешно развивались.

Но особенно следует выделить такие территории, как Древний Египет и Вавилонская империя, где пловодство получило особое развитие. Так в Персидском царстве был создан сад под названием «Чар Баг», который оставил важный след в достижении развития данной отрасли. В Древней Персии ее пловоды стали первыми размножать виды таких культур и заниматься интродукцией плодовых растений новых сортов, а также разрабатывали различные приемы за их уходом и работали над поиском

вариантов защиты таких растений от различных болезней и вредителей.

На территории Европы распространялись такие растения плодовой и ягодной группы, как правило, через Иран и Грецию, а также с Малой Азии и Кавказа. Здесь главную роль на европейском континенте по развитию пловодства оказали монастыри. О пловодстве в Беларуси согласно первым летописным упоминаниям было известно уже в X—XI вв. На территории этой страны с незапамятных времен выращивали яблони, груши, сливы и вишни. Первые попытки начать заниматься разведением экзотических растений плодовой группы, известны еще с XVI века. Также распространению данных культур способствовало оживление торговых и культурных связей, благодаря чему появлялись такие древесные чужеземные виды растений. Ботанический сад в Гродно можно считать старейшим на сегодня интродукционным заведением. Этот сад основан в 1775 году ботаником из Франции И. Жилибертом. Еще было заложено в XVIII—XIX веке несколько сотен парков, которые по праву можно отнести к высоким произведениям садовой культуры [1].

В годы советской власти в Беларуси развитием пловодства напрямую занималось отделение белорусского Всесоюзного института растениеводства. Данное заведение проделало колоссальную по объему работу по интродукции, а также по изучению плодовых культур. На данный период времени в этой стране такими исследованиями занимается РУП «Институт пловодства». Основными направлениями, которыми он занимается, считаются селекция и интродукция, а также проектирование по закладке садов и ягодных культур и другими направлениями в этой области.

Стоит с сожалением отметить, что при создании ландшафтных архитектурных объектов, применение плодово-ягодных культур весьма ограничено. При этом большая часть таких растений обладают удивительной по красоте декоративностью. Это можно заметить в периоды их цве-

тения, при плодоношении и на протяжении всего периода вегетации.

Для более широкого ассортимента при их подборе в качестве использования таких культур в декоративном садоводстве с нашей стороны приводится их оценка декоративных качеств. Такие качества подразумевают их форму, их размер, окрас листьев и плодов, а также цветов во время их цветения и плодоношения и изменения на протяжении всего сезона.

Весной такому саду декоративность придают деревья украшенные цветом и цветущие кустарники. Ко всей такой группе относится большая часть плодовых деревьев и ягодных кустарников. Среди них следует выделить яблоню, вишню, абрикос, рябину, иргу, боярышник и целый ряд других [2]. В основном они производят наибольший эффект на газоне в качестве солитера.

В декоративном отношении не уступает и период, когда происходит плодоношение. Так, к примеру, отличаются высокой декоративностью плоды рябины, боярышника, а также аронии, облепихи и целый ряд других растений.

На протяжении всего периода вегетации отдельные виды плодовых растений служат акцентом за счет своих морфологических особенностей. Так, например это относится к актинидии коломикта, у которой ее листья изменяют постепенно свою окраску, когда вначале роста они имеют бронзовый оттенок, позже становятся зелеными, а перед тем, как цвести, листья у большинства из них приобретают ярко белые тона и уже после цветения становятся розоватыми и после малиново-красными [2, 3].

Особенности растений относительно их декоративности, а именно их цветение и плодоношение, как правило, используют при создании композиционно-выразительных насаждений различных видов. К ним относятся солитеры, группы, аллеи и другие на ландшафтных объектах архитектуры [3, 4].

Сточки зрения видения в таких плодовых растениях их декоративности их можно с успехом использовать

на объектах различной ландшафтной архитектуры и на некоторых специализированных объектах. Это при детских садах, около школ, а в парках для детей можно создавать даже сады таких плодовых растений, которые будут служить в качестве выставок на открытом воздухе, для проведения в них каких-либо мероприятий для натуралистов и прочее. Растения плодовой группы служить могут и в качестве части полуфункциональных комплексов, для которых характерно игровые совмещения с познавательными элементами.

Важность также приобретают такие растения при использовании их в качестве озеленения территорий больниц, основным назначением которых служит изолирование участка больницы от прилегающих рядом улиц и площадей. Можно также ими при больницах оздоровить и хорошо благоустроить их территорию, что будет способствовать хорошему отдыху и вместе с тем и лучшему выздоровлению больных.

Все без исключения растения плодовой группы можно с успехом применить во время создания и проектировки городских парков и скверов, а также в качестве озеленения внутри кварталов [3].

Так как плодово-ягодные растения можно успешно использовать на различных ландшафтных объектах архитектуры, то следует заняться разработкой их ассортимента подходящего под различные условия озеленения. С учетом всех вышеперечисленных особенностей, которые характерны для декоративного использования плодовых и ягодных растений и на основе их критериев специально разработан ассортимент перспективных для применения плодовых деревьев, где также учтен возможный вариант типов таких насаждений.

Также разработан и различный ассортимент плодово-ягодных кустарников и вьющихся лиан. В нем перечислены все породы, которые хорошо устойчивы до различного характера широко распространенным заболеваниям, а также приспособленностью их к экологическим и разным климатическим условиям (табл. 1).

Таблица 1. Перспективный ассортимент плодово-ягодных кустарников и лиан для использования в декоративном садоводстве

Название растения	Типы посадок
Айва японская (<i>Cydonia oblonga</i>)	Солитеры, группы, живые изгороди, рокарии
Барбарис обыкновенный (<i>Berberis vulgaris</i>)	Солитеры, группы, живые изгороди, рокарии
Виноград винный (<i>Vitis vinifera</i>)	Вертикальное озеленение
Жимолость съедобная (<i>Lonicera edulis</i>)	Вертикальное озеленение
Ирга канадская (<i>Amelanchier canadensis</i>)	Группы, живые изгороди
Лещина обыкновенная (<i>Corylus avellana</i>)	Группы, живые изгороди
Облепиха крушиновидная (<i>Hippophae rhamnoides</i>)	Группы, живые изгороди
Смородина золотистая (<i>Ribes aureum</i>)	Группы, живые изгороди

Выводы: Предложенный ассортимент плодово-ягодных растений составлен с учетом их декоративных качеств и адаптирован к условиям произрастания на территории

Российской Федерации с учетом возможностей применения в декоративном садоводстве.

Литература:

1. Гидзюк, И. К. Синеплодная садовая жимолость / И. К. Гидзюк. — Томск, 1978. — 162 с.
2. Сухоцкая, С. Г. Размножение плодовых культур зелеными черенками в Западной Сибири: Лекция / С. Г. Сухоцкая — Омск, 1990. — 24 с.
3. Тарасенко, Т. М. Зеленое черенкование садовых и лесных культур / Т. М. Тарасенко. — М.: Изд-во МСХА, 1991. — 272 с.
4. Павлова Н. Ю., Крылова И. И. Использование цеолита для контейнерной культуры крыжовника. // Плодоводство и ягодоводство России. — М.: Изд-во ВСТИСП, 1996. — Т. 3. — С. 135–140.

Сушка сельхозпродукции с использованием современного оборудования

Худойбердиев Тохиржон Латифович, кандидат экономических наук, доцент;
Тожибоев Голибжон Гуломжонович, студент магистратуры
Наманганский инженерно-технологический институт (Узбекистан)

В статье приведены сведения о современном оборудовании производственного предприятия для первичной обработки фруктов и овощей перед сушкой: сортировка, отборка, калибровка, мойка, очистка, резка и сушка. The article contains information on modern equipment of a manufacturing enterprise for the initial processing of fruits and vegetables before drying as sorting, selection, calibration, washing, cleaning, cutting and drying.

В настоящее время учёными Наманганского инженерно-технологического института ведутся научно-исследовательские работы (НИР) по технологии сушки сельскохозяйственных продуктов с использованием современного оборудования. НИР проводятся в ОАО «AFRUZ KAMOL NABI» (г. Наманган) где имеется современное зарубежное оборудование.

ОАО «AFRUZ KAMOL NABI» начало свою деятельность с 2008 года и на сегодняшний день специализируется на переработке фруктов и овощей. В ассортименте имеются сушёные овощи: морковь, капуста, свекла, баклажаны, картофель, паприка (красная, зеленая); фрукты: курага (абрикос сушеный) сушеный чернослив, сухофруктовые смеси, кишмиш; орехи: арахис и греческие, а также другая сельскохозяйственная продукция, выращенная в экологически чистых условиях солнечного Узбекистана, отличающаяся высококонкурентными качественными свойствами, без добавок ГМО.

С 2011 года переработка продуктов ведется на новом оборудовании, что позволило механизировать весь технологический процесс производства. В конце 2015 года в связи с закупкой и установлением нового современного оборудования мощность переработки на заводе увеличилась более чем на 25 тысяч тонн в год. Это также позволит значительно увеличить качество и ассортимент выпускаемой продукции, отвечающей самым высоким требованиям рынка, а также экспортный потенциал.

Преимущества сушёных фруктов и овощей:

1. Легкость приготовления;
2. Удобство хранения;
3. Простота использования;
4. Экономичность (в отличие от консервированных продуктов, которые после вскрытия банки нельзя долго хранить);

Сушёные фрукты и овощи обладают высокой энергетической ценностью, так как содержат значительное количество сахаров, азотистых веществ, органических кислот, пектиновых и минеральных веществ, а также хорошей сохраняемостью и транспортабельностью. Они требуют меньше площади для хранения, могут быть использованы для обеспечения северных районов, а также использоваться как сырьё для производства пищевых концентратов в других отраслях пищевой промышленности.

Сушёные овощи и фрукты сохраняют все свои вкусовые качества и почти все витамины. Также сохраняется пищевая ценность пищевых продуктов. Кроме того, за счёт испарения влаги усиливается концентрация сахара, отчего фрукты и овощи, содержащие сахар, становятся сладкими. Именно поэтому калорийность сушёных абрикосов в четыре раз выше.

Сушёные продукты занимают значительно меньше места, чем свежие. Масса продуктов также намного ниже. Ведь из них удалена большая часть влаги. Сушёные продукты очень удобны в хранении, так в банке 0,5л умещаются 40 сушёных помидоров или 50 сушеных перцев.

Предприятие оснащено новым, современным оборудованием для сушки и очистки корнеплодов компании «SHangun Guang Feng Food MachineryCoLTD» (Китай), «KRONEN@GMBH» (Германия), а также оборудованием для резки овощей и фруктов производства компании FAMILC 2 (Бельгия). Первоочередной операцией технологического процесса переработки корнеплодов для консервного производства является их первичная обработка.

Сырьё подается на линию при помощи контейнера-опрокидывателя и затем на промывку в овощемоечную машину. Корнеплоды обычно обрабатываются в жестком ре-

жиме барабанной моечной машины. Продукт загружается в загрузочное отверстие и направляется на предварительную мойку во вращающемся барабане, после чего, проходя через элеватор на выгрузку моется чистой водой. Подготовка включает также очистку корнеплодов от кожицы па-

ротермическим способом острым паром при температуре 1200С в течении 10–25 минут. При этом продукт бланшируется до готовности. Затем корнеплоды доочищают от кожицы в щеточных и корундовых машинах, измельчают на дробилках на кусочки размером 2–5 мм.



Комплексная линия для очистки корнеплодов.

Производственная линия предназначена для мойки и полировки плодоовощной продукции с последующей фасовкой в сетке. Производительность линии — 3000–5000 кг/час.

Состав линии:

1. Подающий транспортёр;
2. Машина для мойки и полировки плодоовощной продукции;
3. Инспекционный стол;
4. Машина для подсушки продукции.

Универсальная моечная машина, позволяющая мыть и одновременно полировать широкий спектр плодоовощного сырья (картофель, морковь, свекла и др.) перед очисткой. Применяется также для предпродажной подготовки овощей с последующей сушкой и фасовкой в сетки.

Передающий транспортёр предназначен для передачи продукта от моечной машины к очистительной, от инспекционного транспортёра к машине для сульфитации. Инспекционный стол предназначен для визуального осмотра продукции, выборки брака и не кондиции, до очистки. Про-

дукция на инспекторский стол из машины для очистки. Машина для сульфитации предназначена для предотвращения потемнения очищаемого картофеля.

Машина для подсушки предназначена для обдува продукции мощным потоком воздуха. Сушильная линия предназначена для сушки овощей и фруктов. Принцип работы сушильной камеры: сушка осуществляется путём рециркуляции горячего воздуха в системе нагнетания и постепенного уменьшения влажности продукта, что является естественным процессом, нацеленным на сохранение свойств и качества сушёного продукта на должном уровне.

Машина состоит из реверсивного нагнетателя и нескольких секций с системой нагрева воздуха. Данный вид сушки позволяет достичь однородного высыхания, составляя среднее уменьшение влажности на 70–90 % на конечном продукте.

Сушильная паровая камера для овощей может быть выполнена в виде 3-секционного туннеля с различными температурными режимами внутри секций от 75 до 135 °С для обеспечения однородности сушки продукта.

В процессе сушки овощи и фрукты продвигаются по конвейерной ленте из одной секции паровой камеры в другую, постепенно уменьшая собственную влажность.

Котлы паровые применяются для получения насыщенного водяного пара большого давления в производственных процессах.

Учёными Наманганского инженерно-технологического института ведутся научно-исследовательские работы по совершенствованию технологии сушки сельскохозяйственных продуктов с использованием современных оборудований в ОАО «AFRUZ KAMOL NABI»(г. Наманган).

Литература:

1. А. Азизов, С. Исломов. Сақлаш омборлари ва қайта ишлаш корхоналарини лойиҳалаштириш асослари ва жиҳозлари. — Т.: ТошДАУ, 2013.
2. Х. Б. Шоумаров, С. Я. Исломов. Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини сақлаш ва бирламчи қайта ишлаш технологияси. — Т.: 2011.
3. Х. Ч. Бўриев, Р. Жўраев, О. Алимов. Мева-сабзавотларни сақлаш ва дастлабки ишлов бериш. — Т.: Мехнат, 2002.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Разработка доступной скоринговой модели оценки кредитоспособности физических лиц

Алексин Павел Сергеевич, студент;

Ефремов Виталий Александрович, доцент

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

Банковские структуры активно пользуются скоринговыми системами для принятия решения касательно выдачи кредитов. Поиск информации показал, что в Интернете отсутствует скоринговая система, которую бы смог пройти любой желающий на бесплатной основе.

Целью работы является разработка доступной скоринговой модели оценки кредитоспособности лиц, предназначенной для широкого использования лицами, нуждающимися в проверке возможности получения кредита.

Список параметров для построения модели: возраст, сфера работы, масштаб предприятия, время работы на последнем месте, наличие авто, образование, подтвержденный доход, сумма кредита.

В качестве математического алгоритма для модели была выбрана бинарная логистическая регрессия [1] (1,2). Данный выбор обусловлен тем, что данный алгоритм делит ис-

ходную группу на две группы, что и необходимо для скоринговой системы (деление на отклонение заявки по кредиту и принятие заявки).

$$p = \frac{1}{1 + e^{-z}} \quad (1)$$

$$z = \beta_0 + \beta_1 * x_1 + \beta_2 * x_2 + \dots + \beta_n * x_n \quad (2)$$

При превышении вероятности значения 0,85 принимается решение о выдаче кредита.

Данные для построения модели включают 1500 записей о выданных кредитах. Обучение производилось на 1200 записей, тестирование — на оставшихся 300.

Полученные коэффициенты представлены в таблице 1. В скобках представлены уточнения для категориальных критериев.

Таблица 1. Коэффициенты уравнения

Переменные в уравнении	Значение коэффициента β
Сфера работы (Строительство)	-0,164
Сфера работы (Медицина)	0,488
Сфера работы (Финансы, банки, страхование)	0,515
Сфера работы (Оптовая/розничная торговля)	1,028
Сфера работы (Сфера услуг)	0,380
Сфера работы (Промышленность и машиностроение)	0,677
Сфера работы (Армия/ МВД)	-0,323
Сфера работы (Наука)	0,790
Сфера работы (Информационные технологии/телекоммуникации)	1,113
Образование (Среднее образование)	-0,205
Образование (Неоконченное высшее)	-0,317
Образование (Среднее специальное образование)	-0,202
Образование (Неоконченное высшее)	-0,213
Образование (Два и более высших образования)	0,647
Наличие авто	-0,516
Время работы на последнем месте (нет данных или менее 3 мес)	-0,370

Переменные в уравнении	Значение коэффициента β
Время работы на последнем месте (от 3-х до 6 месяцев)	0,551
Время работы на последнем месте (от 6 мес. до 1-го года)	0,091
Время работы на последнем месте (от 1 года до 3-х лет)	-0,006
Масштаб предприятия (Нет данных)	-0,307
Масштаб предприятия (менее 20)	0,768
Масштаб предприятия (От 20 до 100)	-0,414
Масштаб предприятия (От 100 до 500)	-0,487
Возраст	0,013
Сумма кредита	-0,0000009
Подтвержденный доход	0,000003
Константа	2,086

В результате проведения проверки модели на тестовой выборке оказалось, что:

- процент верных прогнозов: 61 %;
- процент верных прогнозов согласия: 63 %;
- процент верных прогнозов отказов: 51 %.

Ошибку модели можно обосновать малым количеством исходных данных (1500 записей), а также тем, что в исход-

ной выборке представлено очень малое количество невыплат по кредиту (~7,5 %).

Для реализации возможности проверки получения кредита пользователем было разработано веб-приложение на языке JavaScript с использованием библиотек React и Redux. На рисунке 1 отображена форма для заполнения пользователем данных о себе, на рисунке 2 страница с результатом.

Заполните поля:

Сумма кредита <input type="text" value="100000"/>	Возраст <input type="text" value="25"/>
Подтвержденный доход <input type="text" value="0"/>	Образование <input type="text" value="Среднее образование"/>
Сфера работы <input type="text" value="Строительство"/>	Время работы на последнем месте <input type="text" value="Менее 3 мес"/>
Масштаб предприятия <input type="text" value="Менее 20"/>	Наличие авто <input type="text" value="Нет"/>

Рис 1. Форма для заполнения данных

Результат

Вероятность выдачи кредита:

86.14%

Заявка на кредит одобрена.

Рис 2. Посчитанная вероятность получения кредита

Литература:

1. S. Tabagari, K. Pärna. Credit scoring by logistic regression. // DSpace. URL: http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/47572/tabagari_salome_msc_2015.pdf (дата обращения: 5.05.2018).

Социальные сети и их значение в интернет-маркетинге

Алексунин Роман Евгеньевич, студент магистратуры
Ивановский филиал Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова

Для развития различных видов рекламы предлагаемые характеристики имеющихся в настоящее время социальных сетей представляют собой большое преимущество в сторону осознанного выбора данных сетей в качестве площадки для раскрутки своего бизнеса. SMM — представляет собой рекламно — информационный вид деятельности, при котором осуществляется активное распространение необходимой в ряде причин информации о рекламируемом объекте в социальных сетях и блогосфере посредством создания сообщества целевых потребителей, блогов или форумов, направленных на развитие представления о продукции, услуге или работе, а также управления им. Плюсами указанного метода работы являются: наличие реальных комментариев, живых отзывов, а также пожеланий, которые возможно получить в режиме онлайн. При этом действует режим обратной связи, на основании которого вполне возможно осуществлять корректировку политики продвижения. SMM представляет собой запуск продукта в «массы».

Ключевые слова: SMM, ЦА, социальные сети, медиаресурсы, блогосфера, маркетинговые коммуникации

For different types of advertising, many characteristics of social networks are a great advantage in the direction of choosing these networks as a platform. SMM is an advertising and information activity, which is primarily aimed at the dissemination of information about the advertised object in social networks and the blogosphere through the creation of a community of target consumers and its management. The advantages of this method of work is that you can receive comments, feedback, wishes of potential customers immediately and, based on this feedback, adjust the promotion policy. In other words, SMM is the launch of a product into the masses.

Keywords: SMM, CA, social networks, media resources, blogosphere, marketing communications

Задачей любого бизнеса является максимально быстрое привлечение как можно большего числа потенциальных клиентов предлагаемой продукции или услуг, что сказывается на получении прибыли организацией. Когда у предпринимателя появляется вопрос о том, какой способ продвижения ему лучше использовать для активного развития своего дела, тогда перед ним открываются различные варианты, из которых необходимо выбрать именно тот, который в реальности может оказать помощь а развитию: наружная реклама, реклама по радио и ТВ, реклама в прессе, печатная реклама [4].

Время идет вперед, в настоящий момент многие люди уходят в восприятии того, что происходит с ними и вокруг них уходят в виртуальную реальность. При этом многие современные предприниматели еще не до конца осознают значимость такого инструмента развития своего бизнеса, как масс-медиа, социальные сети Интернет. Это дает неоспоримые преимущества: можно более детально ознакомиться с товаром, сравнить стоимость, прочесть различные отзывы и комментарии, приобрести товар или услугу «в один клик» даже не выходя из дома или своего офиса. Посредством использования социальной сети, владельцы сайтов смогут заинтересовывать своих потенциальных клиентов, укрепляя положительный имидж и собственную репутацию [5].

Социальная сеть представляет собой платформу, онлайн-сервис и веб-сайт, которые в первую очередь необходимы для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете. Социальные сети созданы для максимальной открытости, для возможности доступа любого интернет-пользователя в пространство

виртуальной реальности, но также они могут представлять собой и закрытую структуру, предоставляя доступ определенному кругу лиц, являясь закрытым сообществом, рассчитанным только на определенные интересы потребителей.

Несмотря на такого рода различие, общей чертой для всех социальных сетей в настоящее время является наличие различных систем «групп» и «друзей». По данным, которые представлены аналитиками как результат 2017 года, 79% пользователей сети Интернет имеют страницу хотя бы в одной социальной сети, а 26% от общего количества респондентов, которые принимали участие в анализе развития социальных сетей, которое проводилось ВЦИОМ, зарегистрированы на все виды социальных сетей и являются очень активными интернет — пользователями.

На основании данных приводимой статистики можно увидеть, что в настоящее время порядка 82% от общего количества потенциальных потребителей товаров или услуг впервые узнает об основных значимых характеристиках своей будущей покупки именно из сети Интернет. Это связано также и с неоспоримыми преимуществами данной возможности: создание группы или своей страницы в социальных сетях не требует никаких финансовых вложений, нет необходимости (кроме ряда случаев) иметь большое количество специалистов для продвижения в сети, стоимость интернет-рекламы на порядок ниже всех других видов рекламы, что позволяет экономить финансовую составляющую для владельца малого бизнеса. Также важным является форма обратной связи: можно вести диалог, получать отзывы, рекомендации, а также проводить различного рода опросы, стимулирующие розыгрыши и форумы по заданной тематике [3].

В последние годы интернет-маркетинг в социальных сетях (SMM) становится неотъемлемой частью интернет-маркетинга, а его доля имеет тенденцию к постоянному увеличению. Вместе с активным ростом аудитории интернет-ресурсов развиваются их возможности для продвижения и рекламы, растёт количество опытных SMM маркетологов, которые имеют в своем портфеле кейсы успешных рекламных кампаний в социальных медиа.

Использование продвижения в социальных сетях может приносить различные результаты. Данные результаты зависят, в первую очередь от того, уместно ли SMM-продвижение для конкретного предлагаемого продукта или услуги, а также от того, насколько правильно используются возможности и особенности социальных сетей. SMM имеет ряд преимуществ, но также у него есть и определенные недостатки, которые важно учесть во время планирования рекламной кампании [2].

Преимущества. Среди привлекательных сторон маркетинга в социальных сетях стоит выделить такие:

- получение большего доверия к имеющейся информации, которая не выглядит, как привычная реклама, а в большей степени привлекает потенциальных потребителей своей достоверностью;
- имеется возможность обращения напрямую к представителям целевой аудитории из различных государств и регионов, посредством максимального увеличения охвата ЦА без снижения конверсии;
- сегментирование целевой аудитории при необходимости по различным критериям, что дает более высокое качество донесения информации до конкретной группы потенциальных потребителей;
- стоимость рекламной кампании значительно ниже телевизионной рекламы при таком же или большем охвате ЦА, что позволяет не только экономить финансы организации, но и осуществлять запуск рекламной кампании одновременно по разным каналам сети Интернет;
- наличие оперативной обратной связи создает условия для более гибких изменений во время проведения рекламной кампании в зависимости от реакции целевой аудитории;
- достаточно быстрый отклик в данном случае ускоряет сбор и обработку всей полученной во время продвижения информации.

Недостатками рекламы в сети Интернет могут быть следующие:

- требуемый результат достигается сравнительно долго, ведь отсутствует прямой рекламный посыл, а продвижение основано на социальных связях;
- подобного рода продвижение для достижения стабильного и долгосрочного результата требует постоянной активности в размещении материалов для большего вовлечения пользователей, а также умения составлять рекламные сообщения «вкусно» и с максимальным смыслом;

- гибкость и высокая сложность проведения рекламной кампании затрудняют предварительный расчет бюджета, т. к. сначала «нащупывается» конкретная ЦА, затем уже продвижение осуществляется конкретно на нее;
- достижение желаемого результата не может быть гарантировано, т. к. рекламная кампания должна носить характер «уникальности» и неповторимости по сравнению с подобной рекламой у конкурентов;
- поиск в социальных сетях по популярности пока уступает использованию поисковых систем;
- успех маркетинга в социальных сетях сильно зависит от репутации, которая долго и тяжело зарабатывается, но может быть уничтожена одной неудачной публикацией;
- для пользователей, которые проводят достаточно много времени в соцсети становится проще отличить рекламную информацию от обычной;
- такие сегменты, как B2B, промышленные товары или услуги плохо продвигаются с помощью SMM.

На основании вышеизложенного можно увидеть, что осуществление продвижения товаров или услуг в социальных сетях значительно отличается от традиционного интернет-маркетинга. Оно требует использования специальных инструментов и сильно зависит от социальной сети и целевой аудитории, а также от временного фактора.

Среди популярных социальных ресурсов, которыми пользуются в России для продвижения используются по большей части Facebook, Instagram, ВКонтакте, Одноклассники, Youtube. Также популярны Twitter и LinkedIn.

Выбор той или иной социальной сети для осуществления рекламной кампании зависит от целевой аудитории и ее охвата, от сезонности, от времени (в какой промежуток времени сутках лучше выкладывать пост или проводить опрос). Результативное продвижение, в большей степени, предполагает использование нескольких ресурсов, учитывая то, что данные ресурсы различаются используемыми способами передачи всей полноты доступности предлагаемой информации и работают по-разному даже для одной целевой аудитории [4].

В социальных сетях имеется очень хорошая возможность для того, чтобы устраивать опросы, обсуждения, проводить различные конкурсы, отвечать на комментарии пользователей, т. е. активно работают различные формы обратной связи. Современные покупатели получают ответы на поставленные вопросы быстро, и там, где они проводят больше всего времени — в социальных сетях. Все это создает условия для того, чтобы компания (организация) становилась ближе к потребителю и повышает доверие потенциального покупателя. Быстрое доведение информации также играет свою продуктивную роль. С помощью социальных сетей в режиме онлайн возникает возможность моментально сообщать покупателям о скидках, акциях, новинках, розыгрышах, картах клиента и других событиях [2].

Широкий охват аудитории создает возможность получения «своего клиента» не только из конкретно взятого региона, а буквально в масштабах всего земного шара. В сети Интернет также хорошо работает такой двигатель рекламы, как «сарафанное радио», при этом основной принцип работы социальных сетей рассчитан на то, что даже без дополнительных привлечений финансов организации, потенциальные клиенты сами захотят посетить страницу в сети Интернет и воспользоваться услугой или сделать покупку товара. В большей степени покупатели будут использовать совет от знакомых или родственников.

Социальные сети также дают возможность значимую для развития рекламы, которая позволяет напрямую привлекать свою ЦА, общаться, слушать и реагировать на запросы вашей целевой аудитории. Также современные соцсети создают условия для получения подробной статистики при использовании различных ссылок, статей, раздачи контента на веб-ресурсе компании. Организация сама в режиме онлайн может отслеживать популярность созданного сообщества или группы среди пользователей, действия участников на своей платформе.

Активные пользователи социальных сетей хотят видеть интересный и качественный материал, при этом — не рекламный, в таком случае необходимо изучить законы скрытой рекламы и использовать также ее для продвижения товаров и услуг на рынке.

Записи с рекламой услуг в данном случае не должны превышать 10–15% от общего объема используемых материалов. Достаточно высокий уровень конкуренции в сети Интернет создает условия для того, чтобы во время продвижения использовался элемент уникальности, узнаваемости бренда. Достаточно большое число компаний в настоящее время уже пользуется социальными сетями для активной рекламы своей продукции и услуг, поэтому обратить на себя внимание может быть не так просто. Наиболее популярные социальные сети для продажи товаров и услуг: ВКонтакте (75 млн посетителей ежедневно); Instagram (80 млн фотографий распространяют пользователи ежедневно); Facebook (1,09 млрд пользователей ежедневно); YouTube (4 млрд просмотров видео ежедневно). Каждая компания имеет свое видение на то, каким образом распределить цели своего присутствия в социальных сетях. Интернет-магазины рассматривают онлайн-сообщества как полноценный канал продаж, как возможность единственной площадки для своего развития и получения прибыли. Они создают в Facebook и «ВКонтакте» виртуальные витрины и продают различные товары и услуги со скидками, осуществляют различные акции, проводят распродажи.

В каждой социальной сети имеются свои правила, которые разрешены или запрещены как способы продвижения. Поэтому, раскручивая сайт или бренд-платформу, необходимо хорошо разбираться в алгоритме работы в той или иной соцсети, что создает условия для максимального сокращения риска применения санкций в отношении сообщества, либо страницы. Даже серьезные компа-

нии в настоящее время не игнорируют такой инструмент, как социальная сеть. Например, свои странички в Facebook имеются у таких гигантов, как у Dell, Coca-Cola, BMW, GeneralMotors, Starbucks, а также у многих других. Данные компании понимают, что социальные сети представляют собой отличную площадку для общения с пользователями, предоставления им информации о новых товарах. Сложно найти более действенный способ завоевать доверие клиентов, чем работа с социальными сетями [5]. Страница в социальной сети делает компанию открытой, более прозрачной и понятной. При этом также возможно использовать полученные знания и опыт, чтобы завоевать авторитет своей ЦА. Проводимые ВЦИОМ социологические исследования показывают, что более 82% пользователей социальных сетей более охотно доверяются компании, чьи директора и команда достаточно активно ведут себя в социальных медиа. Исследование также позволяет увидеть то, что 77% респондентов с большей готовностью будут пользоваться продукцией и услугами компаний, чьи миссия и цели отражаются в социальных сетях благодаря присутствию в них руководства. Поэтому участие руководителей в работе с социальными сетями является важным и полезным, повышает степень доверия [3].

Использование различных инструментов для осуществления комплексного социального продвижения в сети Интернет не просто позволяет достаточно эффективно налаживать коммуникацию с потенциальными и реальными потребителями товаров и услуг, но при этом также решает ряд других не менее важных задач: раскручивает бренд, формирует большую лояльность у целевой аудитории, а также помогает «отстроиться» от конкурентов, что в определенной степени увеличивает объем продаж. При этом используемые методики SMO и SMM являются достаточно тонкими и более действенными инструментами, чем предлагаемая традиционная реклама или даже SEO продвижение. Ведь информация в социальных сетях распространяется с очень высокой скоростью, и нет более подходящей и эффективной рекламы, чем рекомендации друзей, знакомых или признанных в той или иной области экспертов.

Современные социальные сети дают прекрасную возможность для получения подробных отчетов о рейтинге использования ссылок, статей, раздачи контента на веб-ресурсе компании. Организация сама может в существенной степени отслеживать популярность созданного сообщества или группы среди активных пользователей, понимая действия участников на своей платформе (например, с помощью Google Webmaster Tools, Facebook Insights) — видеть, что привлекает целевую аудиторию, а что нет, узнавать мнения о том или ином продукте и т. д. Все это в конечном итоге позволяет создать лояльную базу потребителей.

Рассказывая о развитии бизнеса через возможности социальных сетей, важно обратить внимание на две основные модели продвижения бренда — SMM и SMO, которые заимствованы нами с Европы. SMM (Social Media Marketing)

представляет собой продвижение сайта или услуг компании через социальный медиа-маркетинг, то есть через общение с представителями целевой аудитории посредством социальных ресурсов. Таким образом, метод SMM позволяет активно привлечь пользовательский трафик на сайт напрямую, а не через различные поисковые системы. SMM охватывает не только социальные сети, но и такие площадки, как блоги, форумы, сетевые сообщества, разные медиаресурсы, предполагающие активное взаимодействие пользователей [5].

SMO (Social Media Optimization) подразумевает проведение различных внутренних технических и технологических работ, которые повышают общую эффективность взаимодействия сайта с различными социальными системами. Основные действия в процессе осуществляемой оптимизации затрагивают контент (информационное наполнение) ресурса, а также некоторые элементы интерфейса, которые, в достаточной степени, позволяют интегрировать сайт с одной или несколькими социальными площадками [2].

Социальный маркетинг или же Social Media Marketing (SMM) — это новый и перспективный способ продвижения товаров и услуг при помощи всех доступных на сегодняшний день социальных медиа-каналов (социальные сети, блоги, форумы и т. д.), имеющий конечной целью увеличение объёма продаж. Правильное и разумное использование SMM позволяет познакомить целевую аудиторию с брендом (товаром, услугой), привлечь внимание к деятельности компании, в том числе увеличивая посещаемость сайта компании.

Инструменты SMM (social media marketing) продвижения в настоящее время становятся невероятно востребованными среди интернет-маркетологов и владельцев различных сайтов. Компании малого и среднего бизнеса на постоянной основе обращаются к социальным сетям как к одному из самых эффективных инструментов интернет-маркетинга. Рынок интернет рекламы растёт на 21 % — 24 % уже на протяжении нескольких лет. Печатные издания при этом теряют от 8 % до 10 %, а роль рекламы на ТВ возрастает в среднем на 12 %. Таким образом, общий объём рынка рекламы в интернете выше рекламы в других медиа, включая телевидение [3].

Вместе с рынком и популярностью интернет-маркетинга активно развивается и SMM. При этом появляются новые инструменты SMM, различные приложения и платформы. Однако, далеко не каждый инструмент SMM в одинаковой степени может подходить всем участникам рынка.

В SMM при активном продвижении используются как белые, так и чёрные методы продвижения. Некоторые инструменты SMM могут не только не помочь в продвижении и в развитии через различные социальные сети, но и навредить продвигаемому бренду [2].

Чтобы добиться максимального успеха в продвижении через различные социальные сети, необходимо на качественном уровне разбираться в современных инструментах SMM и понимать то, какой из них будет более эффектив-

ным и более выгодным для конкретного бренда и выбранной для продвижения социальной сети.

Выбор различных инструментов и методов, которые могут активно использоваться для SMM продвижения, напрямую может зависеть от выбора предлагаемой модели построения рекламной кампании, а также от используемых социальных сетей и задач, которые будут стоять перед маркетологом. Если вести речь о модели продвижения, необходимо использовать три модели, к которым можно отнести деятельности непосредственно в соцсетях (SMM), оптимизацию уже имеющихся ресурсов для эффективной интеграции с социальными сетями (SMO), а также использование таргетированной рекламы [5].

Огромное количество имеющихся инструментов и подходов в социальном маркетинге становится возможно разделить на несколько наиболее значимых групп:

- управление контентом является основной областью приложения усилий. Качество и соответствие контента задачам рекламной кампании и потребностям целевой аудитории определяет успешность применение других инструментов и реальность достижения желаемого результата;
- инструменты для управления комьюнити не менее важны, ведь они помогают установить прочные связи и вовлечь аудиторию. Быстрая реакция на обратную связь от пользователей, умение работать с вопросами и негативом, стимулирование обсуждений — те действия, которые необходимы для результативного менеджмента сообществ в соцсетях;
- сотрудничество с известными блогерами (лидерами мнений) помогает увеличить уровень доверия к бренду и увеличить охват целевой аудитории;
- реклама в различных тематических группах или страницах в виде платных публикаций помогает ускорить процесс расширения охвата аудитории. С этой целью используется ручной поиск или специальные биржи, на которых можно подобрать тематику группы;
- игры в соцсетях очень популярны и могут успешно использоваться для рекламы и продвижения;
- акционные предложения, или офферы могут размещаться в ленте, предлагая участие в акциях и скидки. При активации такого оффера друзья пользователя получают извещение, что помогает быстрее проинформировать максимальное количество пользователей;
- виджеты на сайтах хорошо справляются с задачей привлечения новых пользователей в группы и паблики используя трафик, привлеченный из поисковых систем;
- использование уже раскрученного ресурса для раскрутки нового называют круговым продвижением. Это может быть группа или паблик в той же или даже в другой социальной сети;
- конкурсы при условии прозрачности и интересной организации могут серьезно увеличить аудитории

страницы и повысить вовлечение и лояльность пользователей к бренду;

- совместное кросс-продвижение может быть использовано для брендов, которые имеют одну целевую аудиторию, но не являются конкурентами. В таком случае уменьшаются затраты на рекламу, а пользователи получают комплексное предложение;
- во многих социальных сетях активно используются хэштеги. С помощью правильно подобранного уже раскрученного хэштега можно привлечь новых пользователей, а также повлиять на имидж бренда в социальной сети;
- прямые трансляции становятся все популярнее и могут сильнее вовлечь целевую аудиторию;
- оптимизация сниппета сайта производится для оптимального отображения ссылок на ваш ресурс в социальных сервисах. Сниппет может содержать изображения, рекламную и другую информацию, которая может быть привлекательной;
- таргетированная реклама с каждым годом становится все более совершенной, и позволяет отправлять пользователям сообщения, основанные на данных, размещенных у них в профиле и на страницах.

Наиболее актуальные направления для развития малого бизнеса:

— Развитие площадок соцсетей. Исторически первой функцией социальных сетей было восстановление онлайн связей между старыми знакомыми. На сегодняшний день связи давно уже восстановлены и соцсети поменяли направление развития. Они являются онлайн-представительством человека. Для этого требуются новые сервисы. Многие разработки пользуются огромным спросом: поиск информации, хранение и редактирование файлов (в т. ч. изображений),

возможность ведения блога, сообщества, геосоциальные сервисы. Для многих соцсети стали почти синонимом интернета. Это хорошая почва для маркетологов.

— Повышение интереса к блогам. Не достаточно выкладывать одинокие изображения с короткими подписями и публиковать отдельные посты. Важно иметь пространство для авторских публикаций, объединённых единой темой, с возможностью поиска и систематизации информации. Это привлекает внимание, создает определенный образ, настраивает не только на созерцание нечто развлекательного характера, но и получение познавательного контента.

— Рост направления B2B, бизнеса с наличием спонтанных транзакций. Данные, полученные исследовательской компанией Eloqua, говорят о том, что для 82 % B2B-брендов работа в социальных сетях является главным способом повысить узнаваемость компании. Реальная аудитория и цели B2B компаний в соцсетях: лица, принимающие решения (топ-менеджеры компаний); сотрудники, занимающиеся поиском возможных партнеров и клиентов; потенциальные сотрудники. При этом преследуются следующие цели: повышение известности бренда; организация сообщества лояльных к бренду пользователей сетей для повторных продаж; отслеживание и реагирование на упоминания бренда (услуги) в сети; увеличение количества положительных отзывов о бренде (услуге); увеличение трафика на сайт компании из социальных сетей; лидогенерация или прямые продажи.

Инструменты SMM продвижения, даже направленные на достижение какой-то одной цели, на самом деле помогают решать целый ряд задач. Среди них — повышение узнаваемости бренда и лояльности потребителей, выделение компании или бренда, отстройка от конкурентов и, как итог — увеличение продаж продукции или услуг.

Литература:

1. Брильева С. А. Использование SMM для целей продвижения малого бизнеса. СПб.: Питер, 2016.
2. Воронец А. Г. Социальные сети как способ продвижения продукции на товарный рынок. М.: Экономикс, 2017.
3. Каримова А. А. Анализ использования интерактивного продвижения продукции и услуг. СПб.: Питер, 2017.
4. Львов В. Н. Маркетинг: инновации интерактивного продвижения. М.: Экономикс, 2015.
5. Марьянова Н. В. Маркетинговые возможности: инновационный подход. СПб.: Питер, 2017.
6. Назарова О. В. Анализ маркетинговых возможностей: SMM, новое видение работы с социальными сетями. М.: Экономикс, 2015.

Основные тенденции развития местного самоуправления в РФ

Брыкова Светлана Сергеевна, студент
Бурятский государственный университет (г. Улан-Удэ)

Оценка состояния местного самоуправления в такой большой стране, как Россия является сложной, но очень важной задачей, так как местное самоуправление — это са-

мый низкий, но, вместе с тем, самый близкий к людям уровень власти. Это её основа. Тот самый элемент, на котором держится весь механизм государственной машины.

Выявление общих тенденций и оценка современного состояния местного самоуправления проводятся на основе официальной статистической информации, предоставляемой в виде ежегодного бюллетеня «Формирование местного самоуправления в РФ» Росстатом.

Так, на 1 января 2017 года в Российской Федерации существует 22327 муниципальных образований, распределение которых по видам представлено в таблице ниже.

Всего по Российской Федерации	22327
муниципальные районы	1784
городские округа	567
городские округа с внутригородским делением	3
внутригородские районы	19
Внутригородская территория (внутригородское муниципальное образование) города федерального значения	267
городские поселения	1589
сельские поселения	18101

Сравним эти данные с показателями на 1 января 2007 года, то есть изучим динамику за десять лет.

Всего по Российской Федерации	24207
муниципальные районы	1793
городские округа	520
внутригородская территория города федерального значения	236
Городские поселения	1732
Сельские поселения	19919

В 2014 году структура муниципальных образований претерпела небольшие изменения — появились городские округа с внутригородским делением и внутригородские районы. Несмотря на это, ясно прослеживается тенденция к уменьшению общего количества муниципальных образований (на 1880 за десять лет) и сельских поселений (на 1818), в частности.

Это связано как с процессом урбанизации, так и со слияниями нескольких поселений в одно в целях экономии бюджетных средств. В структуре доходов местных бюджетов основное место продолжает занимать финансовая помощь, которая осуществляется в форме дотаций, субвенций и иных средств фондов финансовой поддержки. В общем объеме доходов местных бюджетов доля межбюджетных трансфертов составляет 61,1 % или 2069,0 млрд рублей на 2017 год, что свидетельствует о высокой дотационности местных бюджетов России.

Низкий уровень экономической самостоятельности приводит к понижению общего уровня самостоятельности муниципальных образований по отношению к государственным органам власти в субъектах РФ. Ведь такая финансовая помощь носит, как правило, строго целевой характер.

Что же касается других тенденций развития местного самоуправления, то это, прежде всего, расширение взаимодействия муниципалитетов с территориальным общественным самоуправлением.

Территориальное общественное самоуправление (ТОС) — самоорганизация граждан по месту их жительства на части территории поселения для самостоятельного и под свою ответственность осуществления собственных инициатив по вопросам местного значения. В частности, деятельность ТОСов связана с проблемами ЖКХ и иными наиболее остро интересующими граждан насущными проблемами.

Так, если само население активно включаются в работу по благоустройству, то это способствует формированию благоприятной среды для жизни и ответственному отношению людей к своему двору, к своей улице и к городу, в целом.

Территориальное общественное самоуправление может активно содействовать органам местного самоуправления в вопросах повышения качества решения тех или иных вопросов местного значения. Данная тенденция положительна, так как именно повышение политической культуры населения и приобщение людей к процессу управления местными делами — это залог успешного становления местного самоуправления в России.

Так, сам Президент РФ на «Всероссийском Совете местного самоуправления» 25 декабря 2017 года призвал более активно привлекать к этой работе российскую молодежь, а также поощрять общественные инициативы.

«Органы местной власти призваны играть ключевую роль в решении важнейших и наиболее чувствительных проблем, определяющих качество жизни людей, таких как совершенствование социальной инфраструктуры, обустройство территорий, обеспечение порядка в ЖКХ», — цитируют Путина в пресс-службе Кремля.

Также недавно обновился состав Совета по развитию местного самоуправления, которому в прошлом году исполнилось 10 лет. Теперь в него входят представители всех типов муниципальных образований: от крупных городских округов до небольших сельских поселений. Это должно повысить эффективность работы по развитию местного самоуправления важность, которой неоднократно подчеркивалась Владимиром Владимировичем Путиным.

В качестве одной из тенденций развития местного самоуправления можно также выделить участие населения в выборе приоритетов благоустройства в рамках реализации федерального проекта «Формирование комфортной среды» (2017–2020 годы).

Также следует понимать, что определенные корректировки в тенденции развития местного самоуправления внесла напряженная экономико-политическая обстановка, связанная с санкциями США и ряда Европейских стран против России, введенных с 2014 года. В данной ситуации уменьшение финансовой самостоятельности муниципальных образований вполне объяснимо.

Однако даже в этих не самых благоприятных условиях нужно продолжать развитие местного самоуправления, потому как местное самоуправление — это пусть и низшая

форма организации власти, но именно она является основой для всего государства.

Литература:

1. Конституция Российской Федерации, принятая 12.12.1993 (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ
2. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.05.2018).
3. Постатейный комментарий к Федеральному закону «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» / Под ред. В. И. Шкатуллы. — Москва: Юстицинформ, 2016. — 154 с.
4. Роман ПЕТУХОВ, Местное самоуправление в фокусе официальной статистики, (электронный ресурс), режим доступа 5.06.18 http://131fz.ganepa.ru/uploads/files/2017/07/Petukhov_R.Statistics.pdf
5. Владимир Путин о местном самоуправлении и социальной активности граждан, (электронный ресурс), режим доступа 5.06.18 — <http://www.vsesovetnik.ru/archives/25612>

Маркетинг в строительстве

Бывальцев Владислав Альбертович, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

Статья посвящена рассмотрению современного состояния российского строительного маркетинга и его особенностей. Изучены сферы строительного бизнеса, затрагиваемые маркетингом. Рассмотрена специфика маркетинга в строительной отрасли, определены ключевые проблемы в исследуемой области, причины и факторы их детерминирующие, а также представлены рекомендации, направленные на совершенствование и повышение эффективности маркетинговой деятельности в строительных организациях с учетом специфики проблемы. Определены этапы оптимизации маркетинговой деятельности в сфере строительства, а также тактики, использование которых призвано, в конечном счете, обеспечить максимизацию прибыли.

Ключевые слова: маркетинг в строительстве, строительство, маркетинговая деятельность, строительные услуги, совершенствование маркетинговой деятельности.

В наиболее общем виде маркетинговая деятельность представляет собой деятельность предприятия, которая связана с приобретением и реализацией продуктов либо услуг. Маркетинг выступает неотъемлемым элементом строительного производства. Вместе с тем, при все своей значимости маркетинговая деятельность в строительстве в сравнении с другими отраслями экономики отличается весьма медленными темпами своего развития, что обусловлено рядом причин:

1. многообразием коммерческих отношений;
2. большим количеством участников строительства (заказчики, генеральные подрядчики, субподрядчики, проектировщики, инвесторы), что обуславливает сложность связей между ними;
3. низкий уровень образования маркетологов
4. нехватка информации при проведении исследований и как следствие противоречивость результатов;
5. нежелание российских предпринимателей вкладываться в маркетинговые исследования.

Важность маркетингового управления обусловлена тем, что оно создает основу для успешной деятельности организации в условиях действующих рыночных отношений [1, с. 75].

Безусловно, для каждой отрасли характерны свои особенности, которые следует учитывать, чтобы достичь поставленной цели. Однако существуют и общие принципы, которые применимы в любой сфере бизнеса. В наиболее общем виде для их обозначения можно применить следующие термины: цена, продукт, продвижение и поставка. Учитывая вышеизложенное, применительно к маркетингу в строительстве, таким образом можно выделить следующие ключевые инструменты:

1. товарная политика, предусматривающая работу с ассортиментным составом строительных материалов, расширение диапазона услуг, гарантии качества обслуживания клиентов;
2. ценовая политика, заключающаяся в определении стандартной цены и анализе стоимости услуг конкурентов,

а также предусматривающая применение скидок, акционных предложений, кредитов;

3. коммуникационная стратегия и маркетинговые исследования, предполагающая разработку рекламных кампаний, налаживание связей с потенциальными клиентами;

4. политика сбыта, затрагивающая продажи, поиск новых ниш на рынке, а также каналов сбыта.

Перечисленные выше инструменты играют ключевую роль в осуществлении всей маркетинговой стратегии, а, следовательно, и в достижении главной цели — прибыли.

К числу ключевых специфических черт маркетинговой деятельности относится ее многофункциональность. Действительно, маркетинг в строительстве затрагивает различные области строительного бизнеса, среди которых:

1. производство строительных материалов;
2. оказание разнообразных строительных услуг;
3. работы, связанные с инженерным и техническим обслуживанием зданий.

Каждая из перечисленных сфер строительного бизнеса имеет свои особенности, определяющие специфику осуществления деятельности, в том числе маркетинговой. В данном контексте целесообразно рассмотреть каждую из вышеперечисленных сфер в отдельности.

Ключевая задача маркетинга в производстве строительных материалов заключается в проведении анализа рынка, выяснении величины спроса на соответствующий товар, а также экономическом расчете издержек и производственных мощностей. В силу своей развитости данная сфера отличается высоким уровнем конкуренции.

Изготовление строительных материалов сопровождается оказанием сопутствующих строительных услуг, включающих:

1. транспортные услуги;
2. снабжение клиентов требуемой техникой и различными комплектующими.

Маркетинговые решения в данной сфере требуют определиться относительно объекта и места строительства или, иными словами, занять нишу на рынке для того, чтобы потенциальные клиенты заинтересовались соответствующим предложением.

Работы, связанные с инженерным и техническим обслуживанием, охватывают все видовое многообразие отделочных и ремонтных работ.

Постоянная динамика в предпочтениях потребителей, а также высокий уровень конкуренции, характерный для строительной отрасли делает обуславливает важность и значимость задачи совершенствования маркетинговой деятельности не только для крупных строительных организаций, но и для представителей малого и среднего предпринимательства. Как следствие данное направление исследования является весьма актуальным.

Следствием неэффективной работы отдела маркетинга любого предприятия является главным образом снижение его конкурентоспособности, что в свою очередь составляет существенную угрозу финансовой стабильности. Причиной тому могут выступать:

1. неверная оценка воздействия факторов маркетинговой среды;
2. непродуманность политики продвижения и ценообразования и т. п.

Системообразующую роль в процессе совершенствования системы маркетинга играет маркетинговая стратегия строительной фирмы, которая представляет собой систему целенаправленного приведения содержания и форм организации маркетинговой деятельности в соответствии с требованиями рынка. Стратегия должна быть ориентирована на конечного потребителя и адаптирована к условиям внешней среды [2, с.91].

Безусловно, в рамках статьи сложно рассмотреть все направления совершенствования маркетинга в строительстве, поэтому считаем целесообразным отметить лишь те из них, которые, по нашему мнению, можно считать наиболее эффективными:

1. Разработка маркетинговой программы, с помощью которой становится возможным отслеживание распределения бюджета на протяжении всего года, а также структурирование всей маркетинговой деятельности предприятия. Таким образом, маркетинговая деятельность наполняется смыслом, приобретает цельный характер, способствует получению максимального эффекта от вложенных средств.

2. Более широкое применение такого инструмента как электронный маркетинг, основными видами которого выступают интернет-маркетинг, телефонные справочные службы, а также мобильный маркетинг. Безусловно, электронный маркетинг обладает своими уникальными способностями. Это и его доступность, и относительно невысокие расходы, и практичность, и, конечно же, удобство.

3. Установление определенных требований к маркетологам. Помимо необходимого багажа знаний, маркетолог должен обладать и определенными творческими и коммуникативными способностями, такими как генерирование идей, поиск рациональных вариантов, умение находить общий язык с каждым человеком.

В настоящее время состояние строительного маркетинга является довольно неоднозначным. Однако ясно одно — маркетинг в строительстве выступает в качестве одного из ключевых инструментов развития строительного бизнеса и повышения конкурентоспособности строительной фирмы. Причем возможность превзойти своих конкурентов имеют лишь те строительные компании, которые создают наиболее эффективную систему маркетинга [3, с. 52].

Литература:

1. Коготкова И. З., Мехтиева А. Ю. Совершенствование маркетинговой деятельности в строительной организации // Вестник университета. 2016. № 11. С. 75–78.

2. Рамазанов И. Д. Биополярная модель поведения потребителя и метод определения степени полярности поведения покупателя // Маркетинг в России и за рубежом. 2013. № 1. С. 90–95.
3. Гусева М. Н. Управление качеством в маркетинговой деятельности строительной компании // Экономика и предпринимательство. 2014. № 11. С. 52–56

Тенденции интернет-маркетинга в России и за рубежом

Вьюнова Ольга Юрьевна, студент магистратуры
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

В статье раскрываются новые тенденции в области маркетинга, описаны основные инструменты воздействия на потребителей в Российской Федерации и за рубежом. Показаны результаты оценки рекламного рынка России и перспективы его развития.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, рекламный рынок, тенденции, Интернет, трафик, контент

Технологии в современном мире развиваются быстрыми темпами, увеличивается скорость распространения информации, каждый день на рынках появляются новые продукты, а инструменты воздействия на потребителей теряют свою актуальность. Компаниям, в ситуации сильно растущей конкуренции постоянно требуются новые способы, оказывающие влияния на клиентов и способствующие росту объемов продаж [1]. В наши дни ни одна компания не выпускает свой продукт без обдуманной маркетинговой стратегии, расширяя список возможных способов привлечения потребителей путём размещения рекламы в различных источниках. Всё большую популярность приобретает интернет-маркетинг, как огромная площадка для реализации самых нестандартных и уникальных идей, которая, к тому же, не имеет ограничений. Поэтому тема маркетинга в сети Интернет является достаточно актуальной, особенно ее становление и развитие в России.

Все существующие инструменты продвижения товаров и услуг уступают место интернет-маркетингу, поскольку внимание профессионалов всегда обращается в место, где

собирается большее количество целевых потребителей. А, как известно, интернет-пространство в наши дни набирает все большую популярность и охватывает значительное количество аудиторий.

Интернет-маркетинг (англ. internet marketing) — практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, с целью продажи продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними [2]. В конце января 2018 года глобальное медиа агентство We Are Social и разработчик платформы для управления социальными сетями HootSuite представили отчет, согласно которому практически четыре миллиарда человек по всему миру используют интернет [3].

Количество интернет-пользователей к концу 2018 года составит более 4 млрд (53 % от населения планеты), что на 7 % больше по сравнению с аналогичным периодом 2017 года. Россия занимает 7 место по количеству пользователей, обгоняя при этом многие страны Европейского союза, но это только чуть больше 76 % населения нашей страны:

Таблица 1.1. Количество интернет-пользователей [2]

№	Страна	Пользователи	% от населения
-	Земля	3 885 567 619	51,7
1	 КНР	738 539 792	53,2
2	 Индия	462 124 989	34,4
3	 США	286 942 362	87,9
4	 Бразилия	139 111 185	65,9
5	 Индонезия	132 700 000	50,4
6	 Япония	118 453 595	94
7	 Россия	109 552 842	76,4

На основании этих данных можно сделать вывод о том, что российский интернет-рынок находится в стадии развития и является перспективным.

Стоит подчеркнуть основные тенденции в среде интернет-маркетинга, которые уже нашли своё применение в США и европейских странах:

Натуральность. С 80-х годов прошлого века в развитых странах люди стали задумываться о натуральности продукта. Постепенно данная тенденция дошла и до России. Сегодня актуально всё натуральное, и реклама не является исключением. Различные фильтры и обработка фотографий уходят в прошлое, главное — аутентичность продукта. Реалистичные фотографии быстрее привлекут клиента, тогда как идеальные могут вызвать сомнения.

Мобильные устройства. С каждым годом все больше пользователей используют мобильные устройства для получения информации, поскольку мобильные гаджеты достигли высокой производительности и удобнее в использовании. Чтобы повысить приток посетителей, владельцам сайтов следует подумать об адаптации онлайн-площадок под мобильные устройства.

Видеоматериалы. Видео контент занимает примерно 75% всего интернет-трафика [3]. Маркетологи уже давно применяют этот инструмент для продвижения бренда, повышения лояльности клиентов и стимулирования потребителей к приобретению.

Текст. Для того чтобы именно ваш продукт выдавался по запросу в поисковой системе, недостаточно просто по-

местить в текст ключевые слова. Контент должен быть полезным и осмысленным, сайты с увлекательным и интересным наполнением в первую очередь будут предложены интернет-пользователям гугл-ботами.

Мессенджеры. Разработчики мессенджеров считают, что за ними будущее. Email-маркетинг немного потеснится, однако полностью вытеснить его мессенджерам не удастся. Согласно статистике, сегодня мессенджерами пользуется намного больше людей, чем социальными сетями. Мессенджер-маркетинг — это новое перспективное направление.

Постоянное взаимодействие с аудиторией. Даже при условии, что сайт или страница в социальных сетях охватывают большое количество посетителей, их необходимо удерживать, иначе они могут забыть ваш продукт из-за слишком большого потока информации. Викторины, опросы, конкурсы — любое непосредственное взаимодействие с читателями будет полезным. А для осуществления данных опросов и их последующей аналитике в Интернете существует множество удобных инструментов [4].

В России применение данных тенденций только набирает обороты. Обратимся к статистике. В таблице представлена структура рекламного рынка России в 2014–17 гг, %:

Таблица 1.2. Структура рекламного рынка России в 2014–2017 гг., % [5]

	2014	2015	2016	2017
Телевидение	45%	42%	41%	41%
Радио	5%	5%	5%	4%
Пресса	10%	8%	6%	5%
ООН	13%	11%	11%	10%
Интернет	27%	34%	37%	40%
Итого	100%	100%	100%	100%

Из данной таблицы следует, что использование радио, прессы, ООН (Out of Home — наружная реклама), и даже телевидения в качестве средства распространения рекламы снижается, тогда, как интернет пространство занимает практически лидирующие позиции.

А теперь немного о том, какими инструментами маркетинга пользуются отечественные компании. Наиболее актуальными площадками для размещения рекламы являются:

Таблица 1.3. Актуальные площадки для размещения рекламы [5]

№	Название площадки
1	Яндекс
2	Google
3	Avito
4	MyTarget реклама в социальных сетях (Одноклассники, Мой Мир, ВКонтакте) и на проектах Mail.Ru Group.
5	Instagram, Youtube

Тенденции интернет-маркетинга в Российской Федерации не сильно отличаются от зарубежного опыта. Ниже представлены основных из них:

1. Социальные сети. В России социальные сети уже давно стали поистине неотъемлемой частью жизни. Поэтому сегодня наблюдается тенденция повышения функциональности социальных сетей. Большинство пользо-

вателей таких сетей как «ВКонтакте», «Одноклассники», «Instagram», «Facebook», «Twitter» и других онлайн-ресурсов узнают новости именно из социальных сетей. Поэтому многие из вышеперечисленных развивают возможности программ, выделяя место, в том числе и под рекламу, создавая площадки для продвижения бренда. Ко всему прочему социальные сети в ближайшем времени легко могут

вытеснить поисковые системы, поскольку в них человек может сразу узнать отзыв о товаре, получить рекомендацию от друзей и знакомых.

2. Внедрение кнопки «Купить». Возможность совершения моментальной покупки выходит на новый уровень. Когда человек видит интересную вещь, может возникнуть желание узнать о ней поподробнее, ее характеристики и цену, и возможно после этого приобрести. Но раньше это было достаточно сложным процессом и для продавца (которому приходилось вставлять длинные ссылки), и для покупателя (в случае, если ссылки не было — искать самостоятельно). В наши дни этот процесс стал максимально простым — под понравившимся товаром располагается кнопка для его покупки. Нажатие на нее перемещает пользователя непосредственно на страницу компании, которая его продает.

3. Видеоконтент вместо текста. В быстром темпе нашей повседневной жизни у людей не хватает времени и сил на прочтение длинных постов и рекламных слоганов. Гораздо проще посмотреть небольшое видео. Так, например, подобная реклама давно заняла нишу на сайтах по просмотру различных видеороликов (YouTube), фильмов и сериалов, и даже в московском метро (при подключении сети Wi-Fi).

4. Пользовательский контент

Роль отзывов обычных пользователей продолжает расти, покоряя все новые вершины. Неожиданно удачным местом для рекламы становятся страницы популярных блогеров в Instagram. Также, в этом приложении помимо рекламы от пользователей появилась еще реклама в ленте, как новый виток увеличения продаж. Плюс ко всему компания может вести блоги в различных социальных сетях и везде вставлять ссылку на свою продукцию, а время загрузки изображения или видеоконтента — минимальное. Также существует много способов для обратной связи, есть возможность получить отзывы от клиентов и «на месте» разобрать возникшую проблему.

5. Телевидение не сдаёт позиций. Реклама на телевидении пока еще является не менее эффективным наряду с Интернетом способом продвижения продукта. Это свя-

зано с тем, что Интернетом пользуются далеко не все жители страны (и не во всех уголках нашей страны он присутствует), а вот телевизоры имеются практически у каждого. Да и с возрастной категорией не всё так просто — старшее поколение зачастую не умеет использовать компьютеры и мир Всемирной паутины для них так и остаётся неизведанным.

Борясь с растущей значимостью Интернета, телевидение придумывает новые возможности для продвижения товаров в каждой конкретной целевой аудитории. К примеру, контекстная реклама на телевидении: у каждого телезрителя будет отображаться свой рекламный ролик, исходя из таких параметров, как размер экрана, социальное положение, возраст, пол, состав семьи и прочее.

Телевидение не стоит на месте и допускает в будущем более эффективное воздействие на клиента с помощью персонализации изображения. Оно позволит упразднить перерывы на рекламу, вместо этого «скрывать» её в фильме или сериале. Разные зрители будут видеть разные бренды, марки машин, телефонов и одежды, и даже, возможно, будут видеть разные сцены и диалоги.

Наружная реклама по-прежнему занимает далеко не последнее место. И чем она креативнее, тем лучше. Сегодня очень часто подобная реклама задействует фасады зданий, проезжую часть и общественный транспорт. Именно она сильнее всего может привлекать клиентов, позволяя сфотографировать, почувствовать, потрогать и даже понюхать продукт.

Таким образом, учитывая всё вышеперечисленное, можно сделать вывод о том, что маркетологи еще не исчерпали всех возможностей для привлечения потенциальных потребителей. Россия несильно отстает от своих зарубежных коллег, и уже большое количество эффективных способов воздействия на клиентов за рубежом отечественные специалисты реализовали и у нас. Но есть, куда расти и развиваться. Количество пользователей сети Интернет каждый день растет, и российским компаниям нужно изучать новые тенденции и возможности маркетинга, для успешной реализации товаров и услуг.

Литература:

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс/Ф. Котлер — М.: Издательский дом «Вильямс», 2015—656 с Основные понятия интернет — маркетинга — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-маркетинг> (дата обращения:01.06.2018).
2. Сергеева, Ю. Интернет 2017—2018 в мире и в России: статистика и тренды/ Ю. Сергеева — URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/> (дата обращения 28.05.2018).
3. Тараканова, Ж. 30 лучших инструментов для проверки ссылок/ Ж. Тараканова — URL: <https://rusability.ru/internet-marketing/30-luchshih-instrumentov-dlya-proverki-ssylok/> (дата обращения 28.05.2018).
4. Статистика рекламного рынка России — URL: <http://www.akarussia.ru/node/7849> (дата обращения 01.06.2018)

Управление устойчивым развитием муниципального образования как социально-экономической системы в условиях реформирования местного самоуправления

Елчуева Туркан Элмидар кызы, студент магистратуры

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Липецкий филиал

В статье проанализированы существующие подходы к обеспечению устойчивого развития муниципального образования, исследованы теоретико-методологические аспекты этого процесса. Предложена классификация условий управления устойчивым развитием муниципального образования, как социально-экономической системой. Предложена система организационно-экономического обеспечения устойчивого развития муниципального образования, которая позволяет наиболее полно описать существующую практику развития территории (взаимосвязи, тенденции, структуру), принять и реализовать эффективные управленческие решения, направленные на достижение целей устойчивого развития.

Ключевые слова: устойчивое развитие, социально-экономическое развитие, муниципальное образование, система организационно-экономического обеспечения устойчивого развития территории, процесс управления.

Sustainability management of the municipal structure as economic and social systems under reform of the local self-government

This article analyzes the available approaches to ensuring sustainable development of the municipal structure, explores the theoretical and methodological aspects of this process. A classification of the management conditions for the sustainable development of a municipal formation as a socio-economic system is proposed. The system of organizational and economic support for sustainable development of the municipal formation is proposed, which allows the most complete description of the existing practice of territorial development (interrelations, trends, structure), and effective management decisions aimed at achieving sustainable development goals.

Keywords: Sustainable development, economic and social development, municipal structure, system of organizational and economic support for sustainable development of the territory, management process.

Концепция устойчивого развития не является новой, последние пятьдесят лет ведется активное обсуждение ее основных положений. Проведя анализ научных трудов, а также существующих научных и прикладных разработок, посвященных проблемам устойчивого развития различных социально-экономических образований, можно выделить несколько направлений, объединяющих исследования отечественных ученых в этой области:

1. Посвященные изучению глобальных проблем состояния и развития социально-экономических систем на макроуровне.

2. Посвященные изучению проблем устойчивого развития регионов.

3. Исследования муниципальных образований на микроуровне.

На современном этапе общественного развития процесс обеспечения устойчивого развития на муниципальном уровне весьма актуален, ввиду его значительной приближенности к отдельному человеку. Каждый район, город обладают собственной уникальностью и своеобразием, поэтому разработка планов и программ устойчивого развития на местном уровне должна проводиться с учетом исторических и национальных социально-экономических факторов, а также традиций и иных особенностей, присутствующих на территории.

За последние несколько лет на пути к закреплению местного самоуправления как неотъемлемого элемента правового и демократического российского государства произошло множество изменений. Были приняты основные нормативно — правовые акты, регулирующие деятельность граждан в вопросах осуществления своих конституционных прав на местное самоуправление, создана довольно эффективно действующая система органов местного самоуправления, сформировалась финансово-экономическая база, которая необходима для деятельности муниципальных образований.

Однако несмотря на все предпринятые государственными органами усилия, отдельные проблемы на пути развития муниципальных образований все еще остаются нерешенными в должной степени.

У муниципалитетов зачастую на самом первом этапе их создания возникают некоторые проблемы, которые в большинстве своем связаны с установлением территориальных основ местного самоуправления. Именно вопросы, касающиеся разделения территории субъекта на отдельные муниципальные образования и установления их административно-территориальных границ, были, наиболее сложными и дискуссионными при разработке актуального на сегодняшний день Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [1].

Являясь сложной социально-экономической системой, муниципальное образование должно одновременно как быть нацеленным на благоприятные изменения, так и сохранять устойчивость к неблагоприятным внешним воздействиям [9]. Управление состоянием муниципального образования означает поддержание на должном уровне системы жизнеобеспечения его территории, а также качества муниципальных услуг. Цель перспективного управления должна состоять в обеспечении его устойчивого развития и повышении качества жизни населения [4].

Устойчивость муниципального образования как социально-экономической системы выступает в качестве внутреннего свойства всей системы. При наличии эффективных механизмов управления система автоматически может вернуться к заданному устойчивому состоянию при условии действия на нее дестабилизирующих факторов. Неэффективное управление предполагает невозможность возвращения системы в заданные параметры развития даже при условии ее принудительной коррекции [8].

Анализ существующей внешней и внутренней социально-экономической ситуации должен быть взят за основу планирования комплексного социально-экономического развития муниципального образования.

Анализ внешних условий развития, в который включается общая социально-экономическая ситуация на территории муниципалитета, состояние законодательной базы, подходы к управлению социально-экономическим развитием муниципального образования (да и государства в целом), позволяет выделить потенциальные проблемы при разработке и реализации планов и программ развития муниципального образования.

Анализ внутренней ситуации, то есть текущего социально-экономического состояния муниципалитета, способствует оценке имеющихся ресурсов и перспективных возможностей и направлений развития. На основе всего можно предложить следующую классификацию условий управления устойчивым развитием социально-экономической системой муниципального образования (рисунок 1).

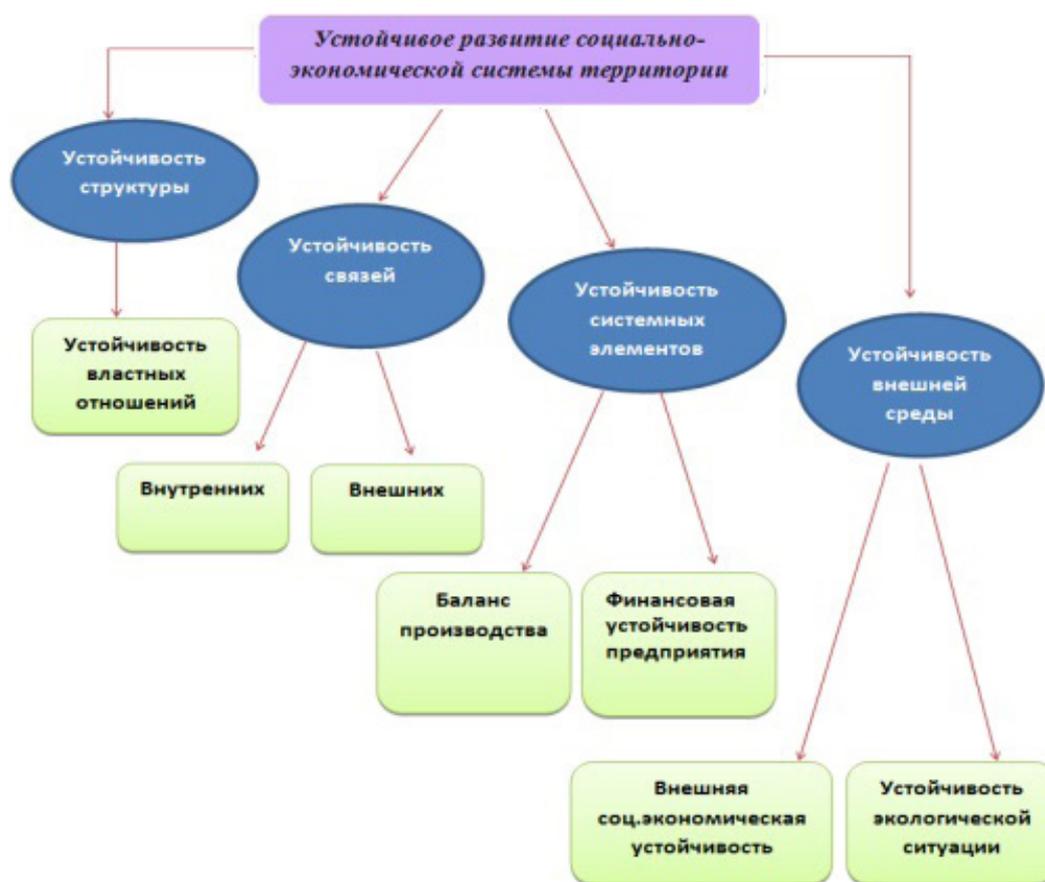


Рис. 1. Условия управления устойчивым развитием муниципального образования как социально-экономической системы

В целях настоящей статьи систему устойчивого развития предлагается представить в виде трех взаимосвязанных элементов: экологическая безопасность, социальная справедливость и благосостояние, экономическая жизнеспособность. При этом в понятие экологической безопасности целесообразно включить такие составляющие, как чистый

воздух, вода, почва, растения и животные, сохранение разнообразия видов и сред обитания на основе обеспечения долгосрочной устойчивости [2].

Под экономической жизнеспособностью в данном аспекте понимается высокая конкурентоспособность экономики, возможность ее быстрого реагирования на из-

меняемые условия, привлечение капиталовложений на основе инноваций и новых знаний. Под социальной справедливостью и благосостоянием понимается безопасность и равный доступ к услугам здравоохранения и образования, здоровье нации и возможность реализации потребностей в жилье, пище, одежде и иных благах, а также в удовлетворении культурных и духовных потребностей. Под экономической безопасностью понимается экономическая и финансовая самостоятельность муниципального образования, его потенциал к саморазвитию, способность самостоятельно решать вопросы местного значения.

Исходя из этого систему организационно-экономического обеспечения устойчивого развития муниципального образования предлагается рассматривать как объект программно-целевого управления, включающий совокупность элементов управленческого процесса, соединенных структурно и функционально в целостную модель, направленную на решение целевых задач муниципального образования (экономическая безопасность, экологическое равновесие, социальная защита и благосостояние, качество жизни, конкурентные преимущества, достижение социально-экономических критериев устойчивого развития). Ее основные элементы представлены на рисунке 2. Обязательными в системе организационно-экономического обеспечения устойчивого развития муниципального образования являются следующие составляющие:

1. Стратегическое управление как непрерывный процесс обоснования и выбора целей устойчивого развития муниципалитета и разработки конкретных планов и программ, обеспечивающих достижение этих целей.

2. Финансовое моделирование как система форм, методов и приемов по управлению денежными потоками, финансовыми и материальными ресурсами муниципального образования, направленными на обеспечение экономической безопасности муниципалитета.

3. Разработка и реализация инновационных проектов как система подготовки и принятия решений, направленных на формирование, поддержку и развитие инновационно-технологического потенциала муниципального образования в целом и каждого предприятия в частности.

Основной целью является достижение необходимого уровня жизнеспособности и конкурентоспособности муниципального образования с позиции обеспечения его устойчивого развития [3].

4. Управление инвестиционными проектами как совокупность методов и принципов управления инвестиционным процессом и инвестиционными ресурсами в целях повышения инвестиционной привлекательности муниципального образования.

5. Оптимизация производственно-технической деятельности как совокупность методов, принципов и средств управления производственным процессом, протекающим на территории муниципального образования в целях обеспечения конкурентоспособности выпускаемой продукции

и ее перехода на современные технологии и экологические стандарты качества.

6. Нормативно-правовое регулирование как процесс целенаправленного воздействия на социальные, экономические, экологические и общественные отношения, протекающие на территории муниципального образования, с помощью правовых (юридических) средств.

7. Формирование организационной структуры и усиление административного ресурса обусловлено активизацией воздействия общественно-политических сил на социально-экономическое развитие. В этих условиях одним из гарантов реализации мер по достижению сбалансированности и устойчивого развития должны являться местные органы власти.

8. Научно-технологическое совершенствование и приращение научных знаний, которые необходимо рассматривать с таких позиций, как:

- возможность применения современных методов исследования;
- возможность оказывать влияние на сознание людей, формируя необходимые интеллектуальные представления;
- источник высококвалифицированных специалистов [6].

Нельзя оставить без внимания и формирование процесса управления организационно-экономическим обеспечением устойчивого развития муниципального образования. Под ним следует понимать управленческий процесс, включающий совокупность принципов, методов, инструментов, функций и задач, направленных на достижение целей устойчивого развития (рисунок 3):

1. Субъект управления, который включает муниципальные органы власти, представителей бизнес-структур, научные организации, территориальные органы самоуправления, территориальный орган статистики и мониторинга и др. В целом субъект управления должен быть представлен в виде координационного совета, предпочтительно на базе районной администрации. Предполагается, что информация из всех отделов администрации должна поступать в отдел реализации специальных программ, руководить отделом и председательствовать в координационном совете должен первый заместитель главы администрации, при необходимости в структуру может быть введен и глава администрации. Все отношения внутри отдельных структур целесообразно регулировать двухсторонними каналами связи.

2. Объект управления — муниципальное образование, представленное в виде таких взаимосвязанных компонентов, как население муниципального образования, его инфраструктура, расположенные на нем производственные и непроизводственные предприятия.

3. Процесс управления, включающий цели и задачи, принципы, функции, и инструменты управления.

4. Этапы организационно-экономического обеспечения устойчивого развития муниципального образования реализуются по следующей схеме:

- оценка ресурсов муниципального образования;
- построение потоков движения муниципальных ресурсов;
- выявление проблемных областей и закономерностей;
- построение специализированных оргструктур;
- определение потенциала устойчивого развития муниципалитета, приоритетных направлений его развития и выявление «точек роста»;
- создание финансовой структуры органа местного самоуправления;
- формирование желаемой модели развития муниципального образования;
- разработка и реализация сценариев конкретных действий по достижению устойчивого развития [5].

Предложенная схема организационно-экономического обеспечения устойчивого развития муниципального образования предполагает взаимосвязь всех обозначенных этапов, возможность возврата на любой из предыдущих этапов, проведение постоянного мониторинга. Рассматриваемая система наиболее эффективна, если создано единое информационное поле по состоянию всех сфер функционирования муниципального образования, имеется система обработки и стандартизации получаемых данных.

5. Структуры, оказывающие косвенное и прямое воздействие на управленческий процесс, а именно органы государственной и региональной власти, органы местного самоуправления иных муниципальных образований, а также субъекты внешней среды (различные негосударственные предприятия и фонды, муниципальная и региональная элита и др.).

Основной целью управленческого процесса должно быть обеспечение роста качества жизни населения с позиции достижения устойчивого развития. Сама цель должна быть разбита на подцели с учетом сроков их достижения: краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные.

Таким образом, «управление устойчивым развитием» муниципального образования — это процесс управления социально-экономической системой муниципального образования, обеспечивающий устойчивость структуры, элементов и связей системы в целом в направлениях роста уровня качества жизни населения в рамках баланса с окружающей средой. Муниципальным социально-экономическим системам в этих отношениях принадлежит особая важная роль. Так как уровень жизни населения в первую очередь зависит от эффективной реализации важней-

ших государственных функций, реализуемых на местном уровне управления (общее образование, здравоохранение, культура, спорт, защита окружающей среды, благоустройство). Поэтому существует объективная необходимость не только дальнейших теоретических исследований, но и практических в области управления устойчивым развитием социально-экономических систем муниципальных образований страны в рамках эффективного использования ресурсов и сохранения баланса окружающей средой и повышения качества жизни граждан.

В целом представленная система организационно-экономического обеспечения устойчивого развития муниципального образования как социально-экономической системы представляет собой описание процесса управления устойчивым развитием муниципалитета, что позволяет выделить главное и второстепенное, внешнее и внутреннее, более точно описать существующие закономерности, определить структуру явлений.

Решение проблемы устойчивого развития территорий всегда было сложнейшей комплексной задачей, которая связывает воедино практически все сферы жизни современного человека. При этом формирование системы организационно-экономического обеспечения устойчивого развития и реализация ее механизма является главным инструментом на пути к разработке и использованию комплекса мер, направленных на достижение устойчивого развития конкретной территории.

Этапы обеспечения устойчивого развития муниципального образования:

- 1) сбор статистических данных по МО, отбор и анализ релевантной информации;
- 2) построение схем движения муниципальных ресурсов, определение узлов, закономерностей, построение оргструктур;
- 3) построение дерева проблем и целей управления МО (стратегические, тактические, оперативные);
- 4) построение финансовой структуры органа местного самоуправления;
- 5) построение желаемой модели развития МО;
- 6) разработка и реализация конкретных действий по достижению устойчивого развития, оценка достигнутых результатов;
- 6.1) проведение конкурса новых проектов в случае не достижения желаемых результатов;
- 7) достижение поставленных целей.



Рис. 2. Система организационно-экономического обеспечения устойчивого развития муниципального образования

Литература:

1. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: федер. закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ (ред. от 18.04.2018) // Собрание законодательства РФ. 2003. № 40. Ст. 3822.
2. Бобылев С. Н. и др. Индикаторы экологически устойчивого развития для регионов России: колл. монография. М.: ИНФРА-М, 2015. 194 с.
3. Бочаров А. С. Управление устойчивым развитием муниципального образования (на примере г. Рязани) // Теория и практика общественного развития. 2016. № 5. С. 60–62.
4. Воронин А. Г., Лапин В. А., Широков А. Н. Основы управления муниципальным хозяйством // Вопросы экономики. 2015. № 9. С. 15–27.
5. Егорычев С. А. Организационно-экономическая модель управления устойчивым развитием муниципальных образований // Вестник Оренбургского государственного университета. 2014. № 1 (162). С. 63–69.

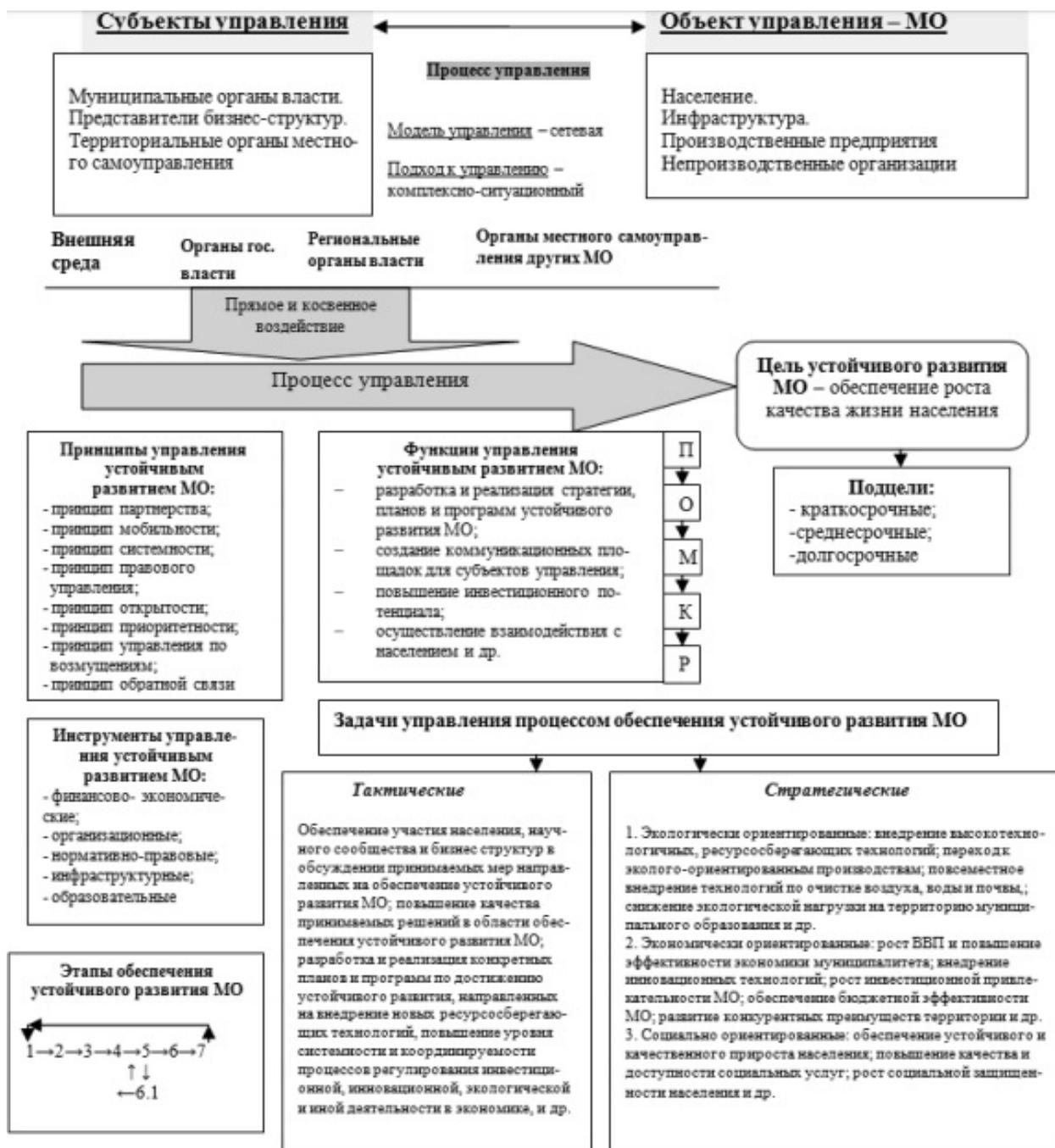


Рис. 3 Управление процессом организационно-экономического обеспечения устойчивого развития муниципального образования. Обозначения: П — планирование; О — организация; М — мотивация; К — контроль, Р — регулирование

6. Зинина Л. И., Харитонов Ю. С. Формирование системы организационно-экономического обеспечения устойчивого развития территории // Национальные интересы: приоритеты и безопасность, vol. 13. 2017. № 4 (349). С.604–614.
7. Кондратенко Н. М. Устойчивое социально-экономическое развитие как условие преодоления межрегиональной дифференциации // Вестник Оренбургского государственного университета. 2005. № 2. С. 87–92.
8. Кувшинов М. А. Понятие управления устойчивым развитием социально-экономической системы муниципального образования // Молодой ученый. 2016. № 7. Т. 1. С. 86–91.
9. Пчельников Р. И., Змановский Г. Р. Устойчивое развитие муниципальных образований // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2014. № 10. С. 159–160.

Система регионального управления профессиональной ориентацией и трудоустройством выпускников профессиональных организаций региона

Золотухин Максим Анатольевич, студент магистратуры
Сибирский федеральный университет (г. Красноярск)

В статье описываются задачи управления в масштабе региона (на примере Красноярского края) успешным трудоустройством выпускников высших учебных заведений, как одновременно фактором экономического развития и фактором обеспечения социального благополучия значимой категории населения. Обосновывается необходимость программно-целевого подхода к управлению самоопределением и трудоустройством выпускников высших учебных заведений, предлагается уровневая классификация основных методов и инструментов такого управления. С этой точки зрения предлагается критический анализ реально существующих мер по содействию трудоустройству выпускников высших учебных заведений в Красноярском крае; в рекомендательном режиме обозначаются направления совершенствования данных мер.

Ключевые слова: государственная поддержка трудоустройства, региональное управление трудовыми ресурсами, программно-целевое управление, подготовка студентов к трудоустройству.

The article describes the problems of management in the region (on the example of the Krasnoyarsk region) of successful employment of graduates of higher educational institutions as a factor of economic development and a factor of social welfare of a significant category of the population. The necessity of program-target approach to self-determination and employment management of graduates of higher educational institutions is substantiated, the level classification of the main methods and tools of such management is offered. From this point of view, a critical analysis of the actual existing measures to promote the employment of graduates of higher education institutions in the Krasnoyarsk region is proposed; the directions of improvement of these measures are indicated in the recommendation regime.

Key words: state support of employment, regional management of labor resources, program-target management, preparation of students for employment.

1 «Федеральная целевая программа развития образования до 2020 г». [6] содержит в себе следующую управленческую установку: «Выработка реальных практических механизмов для успешной реализации ряда норм Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» [10] возможна только в рамках программно-целевых механизмов управления». В качестве одного из ключевых предметов применения программно-целевого подхода к управлению рассматривается подготовка квалифицированных профессионалов для обслуживания приоритетных с точки зрения социально-экономического развития отраслей региональной экономики. В качестве ключевого основания для применения программно-целевого подхода к управлению в рамках решения данных задач, рассматривается гибкость данного подхода и соответствующего ему инструментария, что предельно важно как для образовательной отрасли как таковой, так и для управления инновационным развитием. Кроме того, программно-целевой подход заведомо предполагает межотраслевой характер применения, что принципиально важно для функциональной организации профессиональной подготовки как инструмента экономического развития региона. [8]

В свою очередь, одной из принципиальных основ программно-целевого подхода является применение инструментов среднесрочного планирования образовательной деятельности, в том числе, в рамках высшего образования. [2] Это планирование включает в себя не только определение спектра осваиваемых специальностей, состав и содержание осваиваемых учебных курсов, нормы набора абиту-

риентов, подбор наиболее адекватных методов обучения, и т. д., но и создание условий для успешного трудоустройства выпускников, предполагающего как быстрое нахождение вакансий, соответствующих индивидуальным интересам и способностям, так и успешную адаптацию на рабочем месте и сохранение его в течение продолжительного времени. [8]

В свою очередь, управление успешным трудоустройством выпускников вузов включает в себя следующие аспекты (их можно также обозначить как уровни): стратегический, оперативный и тактический. [3]

К стратегическому уровню управления трудоустройством выпускников вузов можно отнести (*предлагаемый список заведомо не является исчерпывающим*):

- комплексы работ по профессиональной ориентации молодых людей на этапе их поступления в вуз;
- общие программы инновационного развития высших учебных заведений, как в части конкретных образовательных программ и применяемых методик, так и в части организации учебных планов, включения самостоятельной пробно-производственной деятельности студентов на предприятиях в общий образовательный процесс, внедрения новых гибких моделей оплаты труда преподавателей в соответствии с обеспечиваемыми ими результатами, и т. д.;
- разработка и внедрение Национальной системы квалификаций как базового ориентира и организующего основания профессиональной подготовки, ориентированной на получение высшей квалификации;

- отдельные мероприятия и комплексные программы, обеспечивающие кадровое развитие региона.

К оперативному уровню управления трудоустройством выпускников относится:

- общие мероприятия и программы профессиональной ориентации молодёжи, в том числе, такие, которые могут быть оперативно развернуты на базе конкретной образовательной организации в связи с заявляемыми ею потребностями;
- система мероприятий по формированию у студентов и выпускников вузов высокой конкурентоориентированности (проводятся как в рамках общей программы высшего профессионального обучения в режиме внеучебной деятельности и тренингов, встроенных в учебно-образовательный процесс, так и независимо от этой программы, в режиме открытых учебно-тренинговых мероприятий);
- специально организуемые мероприятия по формированию конкурентоспособности выпускников, начиная с третьего курса обучения по специальности высшего профессионального образования (как и в предыдущем случае, они могут быть логически встроены в основной образовательный процесс в блоке учебной или внеучебной деятельности, либо реализовываться полностью вне образовательного процесса, в «открытом» режиме);
- разработка и реализация среднесрочных планов подготовки кадров высшей квалификации, с опорой на специально выстроенные механизмы управления их реализацией (система региональных госзаданий образовательным организациям, региональные мониторинговые, консультационный, менеджерский центры, и т. д.);
- разработка и реализация региональных и муниципальных (на основе групп экономически взаимосвязанных муниципалитетов) программ кадровой подготовки и обеспечения — как и в предыдущем случае, с опорой на специально создаваемую управленческую инфраструктуру;
- разработка и реализация программ мониторинга кадровых потребностей основных групп предприятий (как номинальных потребностей, выражаемых в перечне специальностей и количестве вакансий по каждой из них, так и фактических, функциональных потребностей, связанных с развитием у выпускников способностей решать конкретные производственные задачи, или способностей конструировать решения для задач, исходно не предусмотренных, связанных с обновлением технологической базы производства);
- разработка и реализация программ сопровождения трудоустройства и карьерного роста студентов старших курсов и выпускников вузов, в том числе, создание особых организационно-управленческих единиц, обеспечивающих реализацию таких программ (цен-

тров профессиональных проб, карьерных центров, и т. д.).

К тактическому уровню управления трудоустройством выпускников относятся:

- широкий спектр профилактических мер по подготовке студентов и выпускников к выходу на рынок труда (зачастую реализующихся в режиме отдельных, «частных» мероприятий, проводимых как в рамках учебной или внеучебной деятельности основного образовательного процесса, так и в рамках деятельности «за пределами» высшего образования, например, в ходе частных тренингов, индивидуальных консультаций, и т. п.);
- спектр мероприятий, обеспечивающих для студентов и выпускников поиск каналов и способов трудоустройства;
- спектр мероприятий по дополнительному профессиональному обучению студентов старших курсов и выпускников вузов;
- спектр мероприятий по оказанию непосредственной помощи в трудоустройстве тем выпускникам вузов, которые в ней нуждаются. [12]

Краткая характеристика мероприятий, соответствующих каждому из уровней управления трудоустройством, уже показывает ориентацию этого управления не на «простое» реагирование на возникающие диспропорции или частные кадровые задачи, а на предвосхищение хозяйственных и технологических потребностей, связанных с новой квалификацией кадров, а также на пропедевтику социальных диспропорций, связанных с недостаточным удовлетворением социально-экономических ожиданий выпускников после трудоустройства. На наш взгляд, этот подход является наиболее эффективным в условиях динамики общей экономической конъюнктуры и скорости протекания социальных процессов, характерной для современности, поскольку «реагирование» в большинстве случаев приводит к тому, что решение, призванное быть «ответом» на вызов, к моменту своего внедрения и реализации оказывается устаревшим, а на смену исходному вызову приходит новый, иного характера, требующий новое, зачастую принципиально отличное решение. Но для того, чтобы планомерно управлять обеспечением рынка труда необходимыми для него специалистами на уровне, как минимум, предвосхищения потребностей, которые станут актуальны на следующем шаге, как максимум, создания или позиционирования новых требований рынков труда и соответствующих настроений студентов и абитуриентов, необходимо создать в масштабе региона координационные механизмы и соответствующие им инстанции, которые и обеспечат проведение программно-целевого управления развитием высшего образования в регионе, в том числе, и трудоустройством выпускников, как целостной системы. До тех пор, пока перечисленные нами меры будут осуществляться разрозненно, на уровне частных решений отдельных субъектов, они обеспечат лишь улучшение ситуации отдельных выпускников

и тех предприятий, куда эти выпускники устроятся на работу, но не оптимизацию общей ситуации кадрового обеспечения экономики региона.

2. Проведённые нами научно-практические исследования позволяют судить, что на сегодняшний день в таком крупном и экономически сложно организованном регионе Сибири, как Красноярский край (несколько производственных комплексов-гигантов, предполагающих регулярное внедрение новых производственных технологий, значительное количество средних и малых предприятий, заметные возможности для организации индивидуального предпринимательства), система программно-целевого управления подготовкой и трудоустройством выпускников вузов в самостоятельном виде только складывается. Элементы этой системы как «перспективы» закладываются в различных комплексах мер, связанных с кадровым обеспечением социально-экономического развития Красноярского края. Притом, эти комплексы мер предполагают реализацию как на стратегическом, так и на оперативном и тактическом уровнях. Однако, уже сейчас, когда система программно-целевого управления подготовкой и трудоустройством выпускников вузов только складывается, можно выделить основные недостатки, содержащиеся в принимаемых мерах, которые, при закреплении в системе в ее сформированном виде, могут существенно затруднить фактическую работу по координации деятельности профессиональных образовательных организаций и задач кадрового обеспечения производственных задач. Коротко перечислим эти недостатки:

1. Принимаемые меры не предполагают специальной работы с тем сегментом рынка труда, который специально рассчитан на интеграцию в производственные процессы студентов старших курсов и выпускников вузов (1–3 года после выпуска); предполагается, что молодые специалисты включаются в отношения на рынке труда на том же компетентностном уровне, что и специалисты со стажем. В частности, не проводится отдельного анализа данной группы специалистов ни с точки зрения их ресурсности для конкретных производственных задач, ни с точки зрения тех условий, которые необходимы для их оптимального включения в производственную деятельность и соответствующие экономические отношения.

2. Предлагаемые меры не предполагают единой комплексной стратегии по управлению взаимодействием и связностью процессов включения студентов и выпускников в рынки труда с одной стороны, и образовательных возможностей, предоставляемых студентам и выпускникам в профессиональных образовательных организациях, с другой стороны.

3. Управление подготовкой и трудоустройством выпускников вузов по их специальностям и квалификациям не организовано последовательно и системно; фактически, оно представляет собой ряд частных, действий различных региональных, муниципальных ведомств, вузов и предприятий-работодателей, которые не согласуются между

собой и поэтому, как следствие, не обеспечивают системного эффекта.

4. Наличные меры не предполагают ведения статистического учёта трудоустройства выпускников вузов по полученной ими специальности и, тем более, исследования условий работы недавних выпускников на рабочем месте, соответствия их способностей реальным производственным задачам, продолжительности работы после трудоустройства.

5. Непрерывное индивидуализированное образование молодежи по всем уровням образования в рамках избранной специальности (взаимодействия со смежными специальностями) в соответствии с требованиями работодателей остаётся фрагментарным и в основном присуще оборонным отраслям промышленности, а также отраслям, основанным на использовании высоких технологий; не принимаются меры по распространению индивидуализированного подхода организации образования на подготовку к иным сферам производственной деятельности.

В целом, можно зафиксировать, что в фактически реализуемых мерах по координации задач рынков труда с одной стороны, и содержания и характера профессиональной подготовки с другой стороны, недостаточно различаются между собой непосредственные меры по содействию трудоустройству выпускников вузов, относящиеся к конкретным («частным») ситуациям трудоустройства — и комплексная, стратегически организованная система мер по управлению целевой подготовкой и трудоустройством выпускников вузов в соответствии с потребностями регионального рынка труда, ориентированная на предвосхищение потребностей и заблаговременное выстраивание инструментов для их удовлетворения.

3. Остановимся теперь на организационно-институциональных и программно-нормативных «опорах» для построения в Красноярском крае системы программно-целевого управления эффективным трудоустройством выпускников высших учебных заведений.

Если говорить о «ведомственной» ответственности за реализацию обозначенных нами мер, то комплекс мер по содействию трудоустройству выпускников вузов конкретно в Красноярском крае относится к компетенции Агентства труда и занятости населения Красноярского края [1]. Кроме того, для выполнения ряда функций этого блока, в 2007 году указанное Агентство обеспечило создание Красноярской краевой общественной организации «Ассоциация Центров карьеры Красноярских вузов и учреждений начального и среднего профессионального образования Красноярского края». [11]

В качестве комплексного (сводного) документа, определяющего ход и порядок управления трудоустройством выпускников, в регионе выступает «Межведомственный план мероприятий («дорожная карта») по содействию трудоустройству выпускников образовательных организаций высшего и профессионального образования Красноярского края на 2017–2019». [7] Однако, значительную роль в построении целостного комплекса мер по целевому управ-

лению подготовкой и трудоустройством выпускников играют более общие планы реализации стратегии кадрового обеспечения социально-экономического развития Красноярского края, как комплексные, так и связанные с отдельными отраслями. Как уже было сказано выше, в рамках этих планов подготовка и трудоустройство выпускников вузов представлены как частный случай, не всегда в достаточной мере анализируемый, прогнозируемый и управляемый.

К ключевым комплексным документам, регулирующим профессиональное самоопределение и трудоустройство выпускников вузов в Красноярском крае, относятся:

Стратегия управления рынком труда Красноярского края до 2020 года.

Стратегия развития профессиональной ориентации населения в Красноярском крае до 2020 года.

В связи с тематикой данной статьи, рассмотрим более подробно «Стратегию профессиональной ориентации...». [9] Данный нормативный документ был принят распоряжением Правительства Красноярского края от 27.11.2013 № 864-р. Согласно ему, выпускники профессиональных образовательных учреждений относятся к *субъектам* профориентационной деятельности, а не к объектам профориентации как некоего внешнего воздействия. В соответствии с этим, *целью* стратегии является *содействие* гражданам, нуждающимся в выборе профессии и смене рабочих мест, в профессиональном самоопределении, социализации и эффективной самореализации, а не вменение этим гражданам прохождения процедур профессионального самоопределения. Именно такой подход, опирающийся на собственные планы и намерения выпускников, в наибольшей степени формирует и культивирует конкурентоориентированность их трудовой деятельности и коммуникаций по ее поводу, обеспечивает их конкурентоспособность как специалистов. Однако, стоит отметить, что для появления у студентов, а затем выпускников собственных планов относительно трудоустройства и готовности к соответствующей *самостоятельной* активности, которая уже должна быть поддержана и усилена благодаря Стратегии, целенаправленную наставническую работу с ними в этом направлении, нужно начинать с первого курса обучения в вузе. Это позволит студентам заблаговременно освоить нормы нахождения и функционирования в системе связей и отношений профессионального сообщества, адаптироваться к специфике самоорганизации, основным видам и процедурам активности, свойственным осваиваемой ими профессиональной деятельности. Такая ранняя адаптация, в свою очередь, повысит как вероятность трудоустройства на первом рабочем месте «с первой попытки», так и «устойчивость» студентов на этом рабочем месте. [4]

При этом, наиболее эффективно было бы начинать профессиональную ориентацию с гораздо более ранних возрастов — со школьного и даже с дошкольного, как это делает в Красноярском крае, например, Институт спутниковых систем имени академика М. Ф. Решетнева. Это позволит сформировать осознанные, информационно-аналитически

подкрепленные ожидания от будущей трудовой деятельности еще до поступления в вуз, и в дальнейшем строить собственный учебный процесс как, с одной стороны, «проверку и расширение» исходных представлений, а с другой стороны, как наполнение этих представлений практическим смыслом и содержанием. [5]

Общими предпосылками принятия Стратегии стало увеличение числа вакантных мест со стороны работодателей, при повышении квалификационных требований к этим вакансиям и, соответственно, при наличии дефицита претендентов, которые бы в полной мере отвечали новым усложненным требованиям; как следствие, число вакансий, представленных работодателями в службах занятости, превысило число граждан, зарегистрировавшихся в поиске работы. Особое значение имел рост потребности в кадрах высокой квалификации в рамках ключевых инвестиционных проектов региона, а также в рамках программ создания и развития региональных экономических кластеров. В целом можно сказать, что задачи повышения квалификации трудовых ресурсов стали следствием (используя математическую аналогию, «производной») общих задач модернизации региональной экономики. Помимо освоения новых требований к содержанию и организации труда (в том числе, изменившегося содержания профессионального труда в отраслях, традиционно не ассоциирующихся с технологическими инновациями), для решения задач экономической модернизации необходима реструктуризация совокупных трудовых ресурсов региона в соответствии с динамикой рынка труда, а также неоднократно упомянутое выше повышение эффективности взаимодействия между рынком труда и рынком образовательных услуг.

Выигрышными моментами Стратегии, с точки зрения тезисов, изложенных в данной статье, является опора на такие ключевые категории, как:

- проектирование выпускником профессионального пути («разработка профессионального проекта»), предусматривающего анализ исходного положения в качестве отправной точки;
- анализ профессиональных возможностей и способностей человека с точки зрения требований рынка труда к его трудовым функциям и соответствующим им квалификационным характеристикам.

Образовательная траектория в рамках Стратегии понимается как индивидуальный путь человека в получении специальности (профессии) необходимых квалификаций и компетенций, подтверждение со стороны профессиональных и гражданских институтов адекватности квалификации претендента требованиям будущего рабочего места (внедряемого профессионального стандарта — в современных понятиях НСК). Профессиональная траектория определяется как система вариантов использования и конверсии образовательных ресурсов, дающих различные возможности позиционирования обладателя специальности (профессии) на рынке труда. Профессиональная ориентация, с точки зрения Стратегии, предполагает деятельность по индиви-

дуальному консультированию в выборе профессии, в выявлении индивидуальных склонностей к различным видам и содержанию трудовой деятельности, в выборе наиболее подходящих профессии (специальности) и рабочего места.

Однако, в имеющемся варианте Стратегии эти категории представлены лишь как рамочные установки к деятельности, без описания содержания и структуры этой деятельности, её основных механизмов и организационных опор. Фактически, перечисленные нами категории представлены в Стратегии не инструментально. Кроме того, как уже было сказано, Стратегия рассматривает трудоустраивающихся граждан как единую нерасчлененную массу — в ней лишь достаточно абстрактно обозначается вариативность работы, в связи с тем, что эта работа предполагает направленность на «различные категории граждан», без обозначения даже основных этих категорий, не говоря уже об описании различий в содержании и методах работы с ними. В частности, Стратегия не выделяет студентов старших курсов и выпускников вузов как особую категорию трудоустраивающихся граждан — как с точки зрения значения в качестве кадровых ресурсов, так и с точки зрения особого содержания и режима реализации мер по успешному включению в рынок труда (хотя бы в связи с отсутствием у них опыта трудоустройства и функционирования в трудовом коллективе, при наличии специализированных знаний и соответствующих им социальных амбиций). Существенным дефицитом Стратегии в представленном виде является отсутствие численных индикаторов, свидетельствующих о достижении её запланированных результатов и позволяющих отслеживать степень продвижения к конечным целям её реализации по различным критериям. Отсутствие индикаторов во многом оказывается тождественно отказу от мониторинговых процедур, что превращает Стратегию в представленном виде в описание подходов и принципов оптимального управления содействием трудоустройству граждан, то есть, в концептуальный текст на уровне предпроектного изыскания, а не в управленческий документ, определяющий, формирующий, регулирующий конкретную предметно организованную деятельность.

4. Приходится признать, что фактически на сегодняшний день гораздо более эффективным программно-нормативным инструментом содействия трудоустройству выпускников профессионального образования в Красноярском крае оказывается программа опережающего кадрового обеспечения предприятий-работодателей. Аналогичная ей территориальная программа кадрового обеспечения действует в каждом городском округе, муниципальном районе Красноярского края.

Координацию реализации данных программ обеспечивает Агентство труда и занятости Красноярского края. Так, в 2017 г, в рамках реализации территориальных программ кадрового обеспечения Агентство труда и занятости края включило в территориальные программы 512 предприятий. За счет всех источников обеспечения заполнено 11,3 тыс. рабочих мест. Прогнозируемая кадровая потребность

предприятий до 2020 г. составляет 34 тыс. человек. Однако, в отчетах о реализации таких программ не указывается отдельно запрос работодателя и фактическое восполнение имеющихся вакансий выпускниками вузов.

Общий (инвариантный) алгоритм выполнения территориальной программы приведен на рисунке 1.

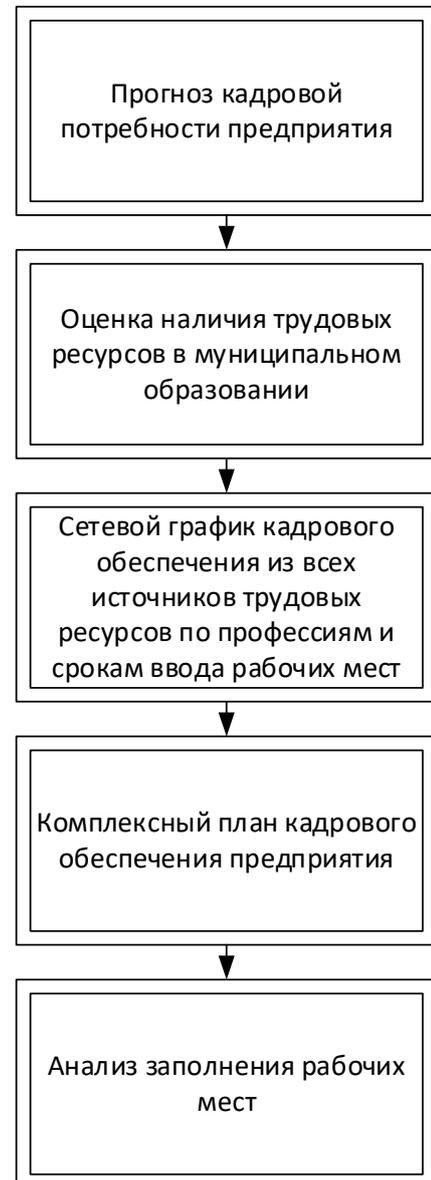


Рис. 1. Алгоритм выполнения территориальной кадровой программы

5. Представленный алгоритм вполне логичен. Его сильной стороной является установка на опережающее обеспечение кадровой потребности предприятий. К его дефицитам можно отнести смешение (в частности, в колонке 8 таблицы 2) выпускников системы профессионального образования разных уровней, что снижает аналитическое значение представленных данных и возможность адресного обеспечения потребности предприятий в кадрах с профессиональным образованием, включая высшее. Общий образ региональной системы управления профориентацией и трудоустройством выпускников вузов Красноярского края мы пред-

ставили на рисунке 2. Читать эту схему следует, начиная с кружка «Профессиональная ориентация» и далее по часовой стрелке. Стоит напомнить, что эта система на сегодняшний день не существует как оформленная организационно-институциональная целостность, а лишь складывается из элементов, указанных на схеме, в режиме ситуативной кооперации конкретных субъектов. Разные группы элементов регулируются различными перечисленными программно-нормативными документами: Стратегией развития профессиональной ориентации населения Красноярского края до 2020 г., Стратегией управления рынком труда Красноярского края до 2020 г.

Задачи среднесрочное программно-целевого управления подготовкой и трудоустройством выпускников вузов края требует оформления и институционального закрепления такой системы в качестве отдельного блока деятельности государственных и муниципальных органов власти в части управления социально-экономическим развитием. Стоит акцентировать необходимость многоуровневой реализации каждого из элементов системы (по крайней мере, в соответствии с 3 уровнями, выделенными в настоящей статье — стратегическим, оперативным и тактическим).

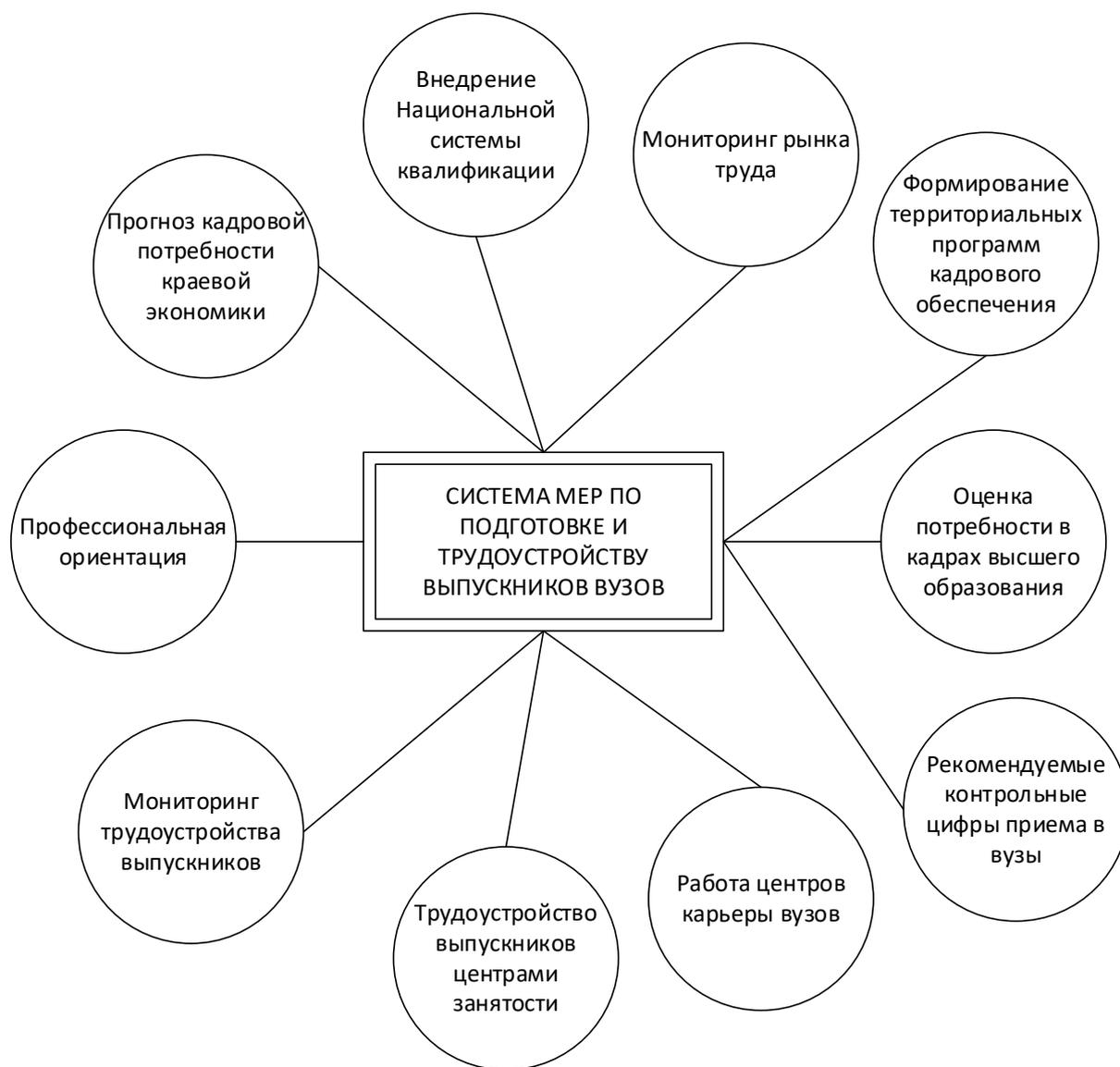


Рис. 2.

Литература:

1. Агентство труда и занятости Красноярского края: официальный сайт. — <https://trud.krskstate.ru/>
2. Ансофф И. Стратегическое управление. — М.: «Экономика», 1998.
3. Болодурина И. П., Ханжина Н. В. Модель управления эффективным трудоустройством выпускников вуза (на примере Оренбургского государственного университета). — Вестник ОГУ № 14 (175)/декабрь 2014. — С. 219–226.

4. Борисова А. А. Стратегии трудоустройства студентов вузов. // Известия ИГЭА. 2012. № 4 (84). — С. 96—100.
5. Горбачева С. М., Стрижко И. И. Профессиональная ориентация учащихся // Молодой ученый. — 2015. — № 21. — С. 778—781. — URL <https://moluch.ru/archive/101/22874/> (дата обращения: 08.06.2018).
6. Концепция Федеральной целевой программы развития образования на 2016—2020 гг. — <http://static.government.ru/media/files/mlorxfXbbCk.pdf>
7. Межведомственный план мероприятий («дорожная карта») по содействию трудоустройству выпускников образовательных организаций высшего и профессионального образования Красноярского края на 2017—2019. — https://trud.krskstate.ru/content/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D1%8B_%D0%B8_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%8B
8. Репин С. А. Программно-целевой принцип и управление образованием. // Человек. Спорт. Медицина. Серия «Образование, здравоохранение, физическая культура», выпуск 9. 2006. — С. 29—35.
9. Стратегия развития профессиональной ориентации населения в Красноярском крае до 2020 года. — <http://randia.ru/text/77/488/42550.php>
10. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ от 29 декабря 2012 года с изменениями 2018 года. — <http://zakon-ob-obrazovanii.ru/>
11. Центры содействия трудоустройству в Красноярском крае. — <https://trud.krskstate.ru/content/%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80%D1%8B%20%D1%81%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B8%D1%8F%20%D1%82%D1%80%D1%83%D0%B4%D0%BE%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D1%83>
12. Яруллина Л. Р. Выпускники вузов на рынке труда: опыт трудоустройства. // Профессиональное образование и рынок труда. № 5/6, 2015. — С. 46—47.

Инновационный потенциал нефтегазовых предприятий

Кадырова Альбина Маратовна, студент магистратуры
Тюменский государственный университет

В настоящее время все большее внимание уделяется процессам, связанным с инновационным потенциалом. Именно поэтому в представленной статье проведен анализ актуального вопроса оценки и анализа инновационного потенциала российских вертикально интегрированных нефтегазовых компаний.

Ключевые слова: инновации, интеграция, нефтегазовые компании, нефть, реагирование, вертикальная интеграция.

Инновационный потенциал российских вертикально интегрированных нефтегазовых компаний обусловлен в основном возможностями разработки и внедрения технологических инноваций. По мнению ряда исследователей, вертикально интегрированные нефтегазовые компании представлены в виде целого ряда технологически взаимосвязанных производств. Нефтяная отрасль объединяет предприятия, которые реализуют последовательные стадии технологического процесса. А именно — разведку и добычу нефти, ее транспортировку и переработку. [1]

С такой организационной структурой предприятиям удается чутко реагировать на изменения рынка. Для вертикально интегрированных нефтегазовых компаний характерна та или иная оценка инновационного потенциала. При проведении оценки и анализа инновационного потенциала российских вертикально интегрированных нефтегазовых компаний упор делается на несколько составляющих.

Во-первых, наукоемкость планируемых к внедрению технологий. Здесь упор делается на такие инновационные

составляющие, как снижение отходов нефтепереработки, повышение качества очистки нефтепродуктов на выходе, снижение себестоимости производства и повышение ресурсопроизводительности скважин. Во-вторых, перспективы окупаемости инвестиционных вложений. Здесь упор делается как на объемы производства, так и на перспективы выхода на международный рынок. Иными словами, для каждой научной разработки и инновационного проекта оценивается перспектива успешности применения с целью обеспечения стабильного получения прибыли от использования внедряемых технологий.

С учетом вертикальной интеграции нефтегазовых компаний акцент делается на возможность внедрения инновационных решений на каждую стадию производства. В-третьих, инновационный потенциал вертикально интегрированных нефтегазовых компаний зависит от емкости и конъюнктуры рынка.

Иными словами, инновационный потенциал зависит от того, какие технологии нефтедобычи и переработки используются на данный момент, могут ли инновационные

технологии обеспечить достижение двух целей — поддержание качества производства и снижение себестоимости добычи и нефтепереработки. [2]

Во многом инновационный потенциал предприятия зависит от наличия у компаний собственных научных подразделений, обладающих возможностями и ресурсами для создания и внедрения на производстве инновационных технологий.

Как правило, российские компании в основном приобретают технологии за рубежом, только в последнее время инновационный потенциал отечественных предприятия начал расти на фоне усиления конкуренции между производителями в вопросе собственных научных разработок. Неотъемлемой частью инновационного потенциала является интеллектуальные и материальные ресурсы, научная база для инновационных разработок. При анализе инновационного потенциала вертикально интегрированных нефтегазовых компаний внимание уделяется нескольким категориям рисков.

Во-первых, рискам, связанным с изменениями применяемой технологии. Учет данных рисков позволяет выработать альтернативную модель производства на случай изменения основной технологии добычи и переработки. Во-вторых, рискам, связанным с изменениями используемого оборудования. Даже инновационное оборудование может быть заимствовано и иметь ограниченный срок использования, что обусловлено технико-научным прогрес-

сом. В-третьих, рискам, связанным с возможными ошибками со стороны персонала.

Перед внедрением инновационных технологий необходимо организовать обучение для персонала, а ответственность за внедрение инноваций на производстве рациональным образом распределить между должностными лицами. [3]

При оценке инновационного потенциала вертикально интегрированных нефтегазовых компаний оценивается ресурсная база и перспектива получения компаниями той или иной прибыли от внедрения в производство инновационных продуктов. Другими словами, необходимо соотнести совокупный объем затрат на разработку и внедрение инноваций с объемом ожидаемой прибыли от реализации инвестиционного проекта. Разумеется, российские предприятия будут проигрывать в своем уровне инновационного потенциала, если будут перенимать инновационный опыт у предприятий-лидеров или будут покупать готовые технологии за рубежом. [4]

Инновационный потенциал нефтегазовых предприятий будет расти на фоне минимизации рисков, связанных с разработками и внедрением инновационных технологических решений на производстве. Таким образом, при анализе и оценке инновационного потенциала российских вертикально интегрированных предприятий упор делается на комплекс показателей, научную и ресурсную базу, которой обладают предприятия.

Литература:

1. Афанасьев В. Я. Инновационный менеджмент в нефтегазовом комплексе. М.: ГУУ, 2015.
2. Башмаков И. Энергетика России: стратегия инерции или стратегия эффективности? // Вопросы экономики. 2015. № 8.
3. Бутыркин А. Я. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения в промышленности. М.: Едиториал УРСС, 2013.
4. Бутыркин А. Я. Стратегические приоритеты развития российских интегрированных корпоративных структур на основных отраслевых рынках. М.: ТЕИС, 2014.

Оценка возможности применения концепции JIT в современных реалиях¹

Кашуба Вероника Олеговна, студент магистратуры
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

Тенденции современности диктуют компаниям довольно жесткие условия успешного существования, создавая этим благоприятную почву для расцвета рыночной конкуренции. Современный рынок перенасыщен разнообразными товарами и услугами — сейчас можно найти практически все, что только может вообразить сознание. Природа человека устроена таким образом, что он всегда будет искать что-то уникальное, что-то такое, чего нет ни у кого. Этот факт дополнительно вынуждает компании быть в постоянном поиске новых продуктов, которыми они бы могли завоевать рынок. Все вышеперечисленное заставляет компании быть более гибкими в производстве, чтобы достичь возможности быстрой переналадки оборудования для вы-

¹ JIT, just in time — точно в срок.

пуска нового, набирающего популярность, продукта. Разумеется, данные обстоятельства также оказывают влияние на управления оборотными активами и, в особенности, запасами готовой продукции и материалов.

Ключевые слова: оборотный капитал, управления оборотным капиталом, концепция «JIT — just in time» — точно в срок, управленческий учет, анализ операционной деятельности, основа для принятия управленческих решений

Управление оборотным капиталом компании, а в частности запасами, является неотъемлемой частью успеха и эффективности бизнеса в целом. Но в условиях постоянной разработки новых продуктов, срок жизни которых с каждым годом становится все меньше, необходимо особенно внимательно подходить к определению оптимального уровня запасов готовой продукции и материалов, а, возможно, и полный отказ от их наличия. Подобный метод управления производственным процессом уже давно существует и называется JIT («Just in time» или «точно в срок»)

Концепция «Точно в срок» (JIT) — это метод управления запасами, который заключается в уменьшении запасов компании за счет регулирования поставок сырья и материалов от поставщиков.

Данная концепция основана на двух принципах:

1. Компания производит товары и услуги только при появлении спроса на них у потребителя;
2. Продукты должны поставляться заказчику только при необходимости и в удобное для него время.

Цель системы «JIT» заключается в обеспечении того, чтобы все компоненты, используемые для создания готовой продукции, были доставлены точно вовремя. Эта концепция помогает избежать значительного объема инвестиций в запасы, тем самым уменьшая потребность в чрезмерном увеличении оборотного капитала (working capital — WCAP) компании. А неэффективное управление «WCAP», в состав которого входят запасы, может привести к нецелесообразному использованию денежных средств, снижая не только их ликвидность, но и возможность инвестирования в другие активы, которые могли бы повысить финансово-экономическую стабильности компаний.

Концепция «JIT» рассматривает запасы, как дополнительную статью неоправданных расходов, и стремится к поддержанию их уровня на нуле. Преимущества сокращения инвестиций в инвентарь являются очевидными. Ведь применение концепции «JIT» может привести к тому, что компания избавится от излишков запасов. Когда это произойдет, любое непредвиденное нарушение производственного процесса может привести к остановке завода почти сразу. Следовательно, концепцию «JIT» нужно применять, но руководству компаний нужно иметь в виду, что существует предел того, как далеко они смогут уменьшить уровень своих запасов.

Существует ряд требований, которые необходимы для более эффективного внедрения системы «JIT»:

1. Рабочая сила должна быть универсальной, чтобы выполнять любую работы в разумных пределах для обеспечения прохождения рабочего процесса согласно требованиям. Сотрудники рабочей ячейки «JIT» обучаются

эксплуатации всего оборудования, установленного в этой ячейке, и проводят его текущее профилактическое техническое обслуживание.

2. Производственный процесс должен быть сгруппирован по линиям продукции, а не по функциям, чтобы исключить перемещение запасов между рабочими площадками и ускорить его течение.

3. Простая, безотказная информационная система.

4. Принцип получения нужного результата с первого раза и цель в виде нулевого показателя брака. Брак служит причиной разрыва цепочки создания стоимости: приводит к остановке производственного потока, затратам на дополнительную доработку и несвоевременной поставке заказчику.

5. Прочные связи с поставщиками. Поставщики должны нести ответственность за качество своих товаров; поставщик обязан проверять детали или материалы до момента отправки и гарантировать качество. Существенная экономия на стоимости приемочного контроля прекрасно сочетается с преимуществами, которые несет более высокое качество продукции, и позволяет добиться сокращения затрат — одного из аспектов процесса непрерывного совершенствования. Более высокий уровень обслуживания достигается путем уменьшения количества поставщиков и расширения деятельности, отведенной для каждого из них. Принимаются долгосрочные обязательства, которые гарантируют поставщику непрерывный спрос и позволяют ему планировать поставки согласно производственным графикам заказчиков. По сути, поставщик становится одним из ключевых звеньев в создании стоимости.

У данной концепции существуют свои преимущества и недостатки. Если говорить о плюсах применения «JIT», то:

1. Снижение запасов означает сокращение затрат на аренду помещения для их хранения и на страхование от несчастных случаев;

2. Поскольку сырье и материалы получены в момент их необходимости, то у компании нет дополнительных вложений в низколиквидный актив;

3. Меньшая вероятность того, что запасы испортятся по истечению срока годности, деформируются или устареют и т.д.

Недостатки применения концепции «JIT»:

1. Производство очень зависит от поставщиков, и если запасы не будут доставлены вовремя, весь производственный график собьется, что приведет к негативным последствиям для компании: потеря прибыли, потеря клиента и привлекательности их продукции;

2. Если появятся дополнительные заказы, которые не были запланированы, то у компании не будет нужного уровня запасов для дополнительного производства готовой продукции;

3. Компании должны быть уверены в своем поставщике, что он им сможет предоставить качественное сырье вовремя и без рисков, которые также могут привести к негативным последствиям.

Данный метод является широкоизвестным на мировом экономическом рынке. Toyota использует концепцию «JIT» в рамках своей бизнес-модели. Toyota отправляет заказы на запчасти только тогда, когда получает новые заказы от клиентов. Компания начала применять данную концепцию в 1970-х годах, и ей потребовалось более 15 лет для ее усовершенствования. Для эффективного применения «JIT» компания Toyota достигла высокого уровня производства, высокого качества продукции, отсутствия сбоев промышленной техники на заводе, нашла надежных поставщи-

ков и разработала методологию по быстрой и эффективной сборке машин.

С учетом глобализации экономики, которой поспособствовало развитие сетей Интернет, буквальное применение метода управления «JIT» не представляется возможным. Сейчас существует возможность реализовывать товары практически во все страны мира, что уже требует наличия запасов для поставок на дальние базисы. Одновременно с этим, для производства уникальных продуктов, как правило, необходимы уникальные материалы, которые не всегда можно найти рядом с действующими производственными мощностями, а, значит, будет необходимо держать запасы материалов, которые будут обеспечивать стабильность производственного процесса до получения новой партии материалов от поставщика. Но менеджменту компании следует стремиться к максимально возможному снижению запасов, чтобы высвободить денежные средства для их более эффективного использования.

Литература:

1. Басовский, Л. Е. Финансовый менеджмент: учебник / Л. Е. Басовский. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 240 с.
2. Брейли, Р., Майерс С., Аллен Ф. Принципы корпоративных финансов: Учебное пособие / под ред. Н. Барышникова — Москва: Олимп-Бизнес, 2015 г. — 1008 с.
3. Винс, Р. Математика управления капиталом: Учебное пособие / Р. Винс — Москва: Альпина Паблишер 2016 г. — 400 с.
4. Кандрашина, Е. А. Финансовый менеджмент: Учебник / Е. А. Кандрашина. — М.: Дашков и К, 2013. — 220 с.
5. Крум, Э. В. Экономика предприятия / Э. В. Крум — 1-е изд. — Гневцова, 2009. — 360 с.
6. Лобан, Л. А., Пако В. Т., Экономика предприятия / Л. А. Лобан, В. Т. Пако — М.: Современная школа, 2011. — 432 с.
7. Этрилл П., Маклейни Э. Финансовый менеджмент и управленческий учет для руководителей бизнеса: Учебное пособие — 4-е издание / П. Этрилл, Э. Маклейни — Москва: Альпина Паблишер 2016 г. — 648 с.
8. Олейник Е. Б., Захарова А. П. Анализ и прогнозирование объема инвестиций в основной капитал / Е. Б. Олейник, А. П. Захарова // Экономика региона — 2012 г. — № 1 — С. 137–149
9. Lorenzo A. Preve, Virginia Sarria-Allende. Working capital: Book / A. Lorenzo, Virginia Sarria-Allende — Oxford University Press — 2010—174 p.
10. Robet C. Analysis for Financial Management: Book / C. Robert, Mc Graw-Hill Education — 2016—480 p.
11. Sharma F. C. Financial Management: Book / F. C. Sharma, SBPD Publications — 2015—319 p.

Оценка перспектив использования программных продуктов для прогнозирования социально-экономического развития Ярославской области

Кругликова Любовь Николаевна, студент магистратуры
Ярославский государственный университет имени П. Г. Демидова

Ключевые слова: прогноз, прогнозирование, стратегическое планирование, социально — экономическое развитие региона, анализ состояния, стратегия развития, концепция развития, прогноз развития, комплексный прогноз.

К настоящему времени проведено достаточно много исследований и получены впечатляющие практические решения проблемы прогнозирования в науке, технике, экономике, демографии и других областях. Внимание к этой

проблеме обусловлено в том числе масштабами современной экономики, потребностями производства, динамикой развития общества, необходимостью совершенствования планирования на всех уровнях управления, а также накоп-

ленным опытом. Решения, принимаемые сегодня, должны опираться на достоверные оценки возможного развития изучаемых явлений и событий в будущем. [1]

Совершенствование прогнозирования многими специалистами видится в развитии соответствующих информационных технологий. Необходимость их применения обусловлена рядом причин, в числе которых:

- рост объемов информации;
- сложность алгоритмов расчета и интерпретации результатов;
- высокие требования к качеству прогнозов;
- необходимость использования результатов прогнозирования для решения задач планирования и управления.

В настоящее время в каждом виде человеческой деятельности накоплен значительный опыт и обрабатывать массивы информации специалистам по прогнозированию необходимо с использованием современных информационных технологий, включающих себя такие процедуры как накопления данных (создание баз данных) и знаний (формирование базы знаний). При этом создание баз дан-

ных предусматривает использование информации, который имеется и представлена в удобной для пользователя форме. Что касается баз знаний, то она является одной из составляющих экспертных систем и ее наличие предусматривает интеллектуализацию процесса решения поставленных задач в системе управления регионом. Все вышеперечисленные факторы обуславливают необходимость развития информационных технологий, а именно программных комплексов для прогнозирования социально — экономического развития регионов.

В рамках исследования нами была проведена работа по прогнозированию демографической ситуации в регионе в период 2019–2021 г. Результаты проведенной работы будут использоваться в работе Департамента образования мэрии города Ярославля. Прогноз демографической ситуации позволит построить процесс принятий управленческих решений. С помощью программного комплекса «Банк моделей» для прогнозирования социально — экономического развития на среднесрочную перспективу был построен прогноз рождаемости и смертности в период 2019–2021 г. [2]

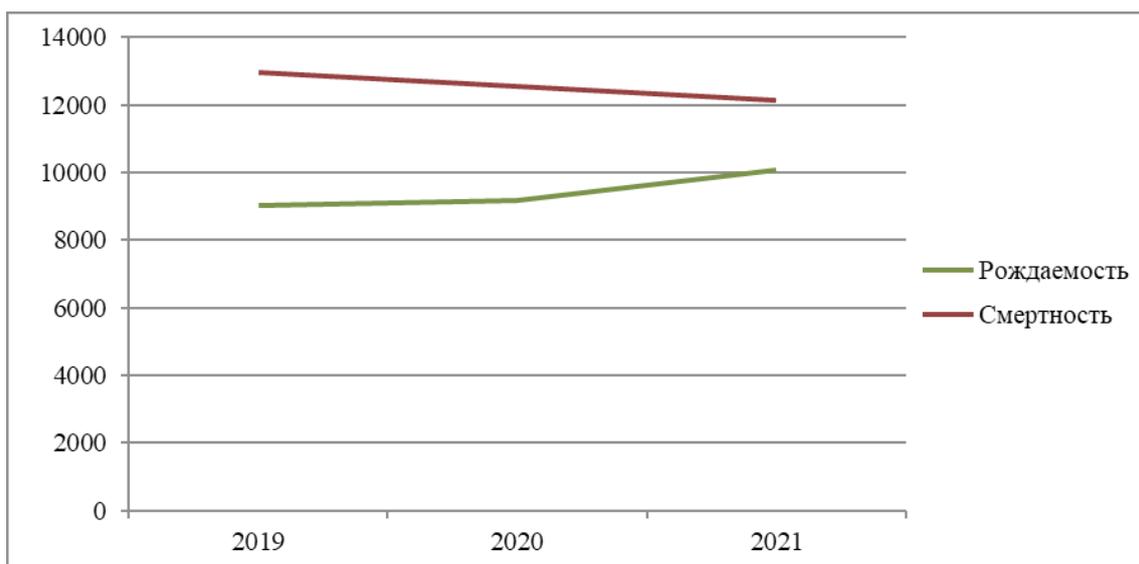


Рис. 1. Прогноз рождаемости в Ярославской области в период 2019–2021 г.

Таблица 1. Показатели рождаемости в Ярославской области в период 2019–2021 г.

Период \ Показатель	Рождаемость (чел.)	Смертность (чел.)
2019	9030	12975
2020	9189	12543
2021	10067	12123

На основе прогнозных данных рождаемость в прогнозный период будет постепенно расти, что ставит перед органами исполнительной власти ряд задач. Положительная тенденция роста рождаемости предполагает проблему с обеспечением детей дошкольного возраста детскими садами, которые дополняют образование в семье специально организованными формами первичной социализации. В со-

ответствии со Стратегией социально-экономического развития Ярославской области до 2025 года предполагает снижение очереди в учреждения дошкольного образования до 2% для детей от 1,5 лет. Этого возможно будет достичь путем строительства новых детских садов и создания дополнительных мест в дошкольных группах в общеобразовательных учреждениях.

На уровне общего образования увеличение рождаемости влечет увеличение количества человек в классе и тем самым увеличение нагрузки на учителей. Для снижения нагрузки необходимо создание новых рабочих мест для специалистов, а также создание условий для сохранения численности уже имеющихся. Для этого в Российской Федерации уже не один год продолжается работа по увеличению заработной платы учителей и популяризации этой профессии.

Увеличение числа родившихся положительно сказывается на потенциальном контингенте среднего и профессионального образования, задачей которого является ориентация на более востребованные на рынке труда профессии в таких сферах, как:

- высокотехнологичное машиностроение;
- химия и нефтепереработка;
- энергетика и электроника;
- радиотехника и системы связи;

Литература:

1. Федеральный закон от 28 июня 2014 года № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации»;
2. Портал органов исполнительной власти Ярославской области [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.yarregion.ru/Pages/government/default.aspx> Дата обращения 20.04.2018 г

Прогноз развития основных направлений экономики и социальной сферы Ярославской области на 2018–2020 гг.

Кругликова Любовь Николаевна, студент магистратуры
Ярославский государственный университет имени П. Г. Демидова

Реализуя Стратегию социально — экономического развития Ярославской области, была сформирована программа развития «10 точек роста». В результате обращений граждан и активной работы экспертных групп были выявлены 10 направлений в экономике и социальной сфере, которые нуждаются во внимании.

К ним относятся:

- Обеспечение доступности и повышение качества образования;
- Повышение качества и доступности медицинских услуг;
- Развитие массового спорта и спорта высших достижений;
- Обеспечение граждан качественным и доступным жильем, развитие ЖКХ;
- Развитие общественного транспорта и транспортной инфраструктуры;
- Развитие промышленности;
- Развитие АПК;

- литейное, фармацевтическое, агропромышленное производство;
- туристическая индустрия;
- жилищно-коммунальная сфера;
- образование.

Соответственно, органам исполнительной власти, а именно Департаменту образования мэрии города Ярославля необходимо разработать профориентационные мероприятия для школьников среднего общего и основного общего образования с целью популяризации необходимых на рынке профессий. Это позволит в дальнейшем привлекать специалистов в отрасли приоритетные для социально-экономического развития области.

В целом увеличение рождаемости, спрогнозированное на период 2019–2021 г. положительно сказывается на социально-экономическом развитии Ярославской области и требует слаженной работы органов исполнительной власти, ведь демографическая ситуация в регионе затрагивает многие сферы жизни.

- Развитие туризма;
- Повышение инвестиционной привлекательности и улучшение делового климата;
- Повышение эффективности работы и открытости органов власти.

А также два направления были предложены общественностью. Это Информирование населения и Культура. [1] 1) ЖКХ.

В 2017 г. завершилась программа расселения жилья, признанным ветхим и аварийным до 2012 года. А также проводится проект газификации региона и в 2017 году было введено в эксплуатацию более 7700 домохозяйств, а в течение 4 последующих лет — более чем 40 населенных пунктов ярославской области. К 2021 году ожидается 580 км новых газопроводов в сельской местности. А также продолжается реализация программы, согласно которой на период с 2014–2020 годы выделяется 23 млрд рублей на обеспечение качественными коммунальными услугами населения Ярославской области.

1) Транспорт

К 2025 году планируется реализовать ряд перспективных проектов:

- дальнейшее развитие трассы М-8 «Холмогоры»;
- возведение мостов через Волгу в Тутаеве и Ярославле;
- строительство Карабулинской развязки.

Свобода передвижения и коммуникация между людьми — ключ к экономическому росту. Маршрутная сеть всех видов общественного транспорта будет расширена. Будет введена единая электронная система оплаты проезда для пассажиров, которая заработает и в автобусах, и в пригородных поездах. В 2018 году ожидается ремонт дорог регионального и местного значения длиной 380,8 км, в 2020 — 569,4 км, а в 2025 году — 1035,9 км.

2) Образование

На текущий момент полностью удовлетворена потребность в детских садах для детей старше 3 лет. Предполагается к 2019 году снизить очередь в учреждения дошкольного образования до 2% для детей от 1,5 лет. К 2025 году более половины колледжей (техникумов) будут реализовывать программы дуального образования, которые формируются учебными заведениями совместно с предприятиями области. К этому же сроку во всех общеобразовательных школах будут обучаться в одну смену. В рамках программы «Школа будущих профессий» идет обучение детей с использованием инновационных образовательных средств. Детский парк «Кванториум», строительство которого уже началось, выведет дополнительное образование в сфере естественных наук и инженерного дела на новый уровень.

3) здравоохранение

К 2025 году планируется внедрить систему дистанционного контроля основных параметров здоровья, а также лекарственного страхования работающих граждан с сердечно-сосудистыми заболеваниями. В всех областных поликлиниках планируется внедрить электронные медицинские карты пациента. В 2017 году начался пилотный проект «Бережливая поликлиника», направленный на повышение операционной эффективности и качества работы медицинских учреждений. К 2020 году в ярославской области в 5 раз увеличится количество передвижных фельдшерских пунктов до 15 шт. Увеличится количество отремонтированных и оснащенных необходимой техникой медицинских учреждений до 57 шт. [3]

4) Спорт

К 2020 году будет возведено более 500 новых спортивных объектов, что приведет к увеличению количества местных жителей, которые занимаются спортом систематически.

5) Промышленность

Ярославская область располагает одним из крупнейших машиностроительных комплексов в стране. Согласно планам стратегии, до 2025 года благодаря мерам стимулирования малого и среднего бизнеса, а также в промышленном секторе будет создано в общей сложности 9000 новых рабочих мест. Эта мера поможет на 24% снизить уровень

безработицы в области. К 2025 году объем продукции обрабатывающей промышленности должен повыситься почти в 2,5 раза. В 2018 году планируется завершить строительство первого в России завода по производству фарм субстанций в Ростове и откроется еще ряд новых промышленных кластеров.

Инвестиции

Для проектов инвесторов доступно 45 гектаров в промышленных парках области, а в ближайшие 3 года еще более 170 гектаров и более 10 тыс. кв. метров цехов будут готовы и оснащены необходимой инфраструктурой. В 4 моногородах: в Тутаеве, Ростове, Песочном и Гаврилов-Яме, создаются территории опережающего социально-экономического развития. Работой с крупными инвесторами занимается Корпорация развития Ярославской области — портфель ее проектов на разной стадии готовности превышает 230 млрд рублей. В течение 3 лет ожидается появление в области более 1700 новых предприятий малого и среднего бизнеса. Ожидается, что к 2025 году оборот таких предприятий составит 38 млрд рублей.

6) Сельское хозяйство

К 2025 году область стремиться достичь самообеспечения молочной продукцией на 80%. Самообеспечение области куриным яйцом составляет 300%. Планируется освоить технологию глубокой переработки этого продукта и расширить его импортный потенциал. 8 млрд рублей направлено на развитие птицеводческих объектов и более 6 млрд рублей — на современное предприятие по разведению высокопродуктивного молочного скота. К 2025 году планируется ввести в хозяйственный оборот до 85 тыс. 7 гектаров новых земель.

7) Туризм

К 2025 году планируется повышение туристического потока в область в 2,5 раза, до 8 млн человек в год. Этому помогут единая маркетинговая стратегия региона, сертификация организаций и работников туризма, благоустройство городской среды, общее повышение качества инфраструктуры для туристов. В Ярославле планируется провести масштабную реконструкцию зоопарка. Там появится парк развлечений с дельфинарием, аквапарком и крытым катком. А также лечебно-рекреационный центр, образовательный центр, центр исследований, зона питания «Город мастеров» и стоянка для автодомов. Сотрудничество с инвесторами планируется продолжить застройку территории отдыха и туризма «Ярославское взморье». В Переславле-Залесском откроется комплекс «Золотое кольцо», который будет включать гостиницы категории 3 и 4 звезды, 30 мини-отелей, объекты досуга и тематические парки и кемпинг с автостоянкой.

8) Культура

Ярославская область обладает великим культурным наследием. Исторический центр Ярославля официально является объектом всемирного наследия ЮНЕСКО. Планируется до 2025 года более чем вдвое снизить долю аварийных объектов культуры. В 2021 году Ярославская область станет

одной из основных площадок рамках празднования 200-летия великого русского поэта и писателя Николая Алексеевича Некрасова и 800-летия Александра Невского. А также теперь ежегодно в области будут проходить дни Александра Невского.

9) Открытость органов власти и информированность населения.

К концу 2018 года предполагается достичь 40% услуг, предоставляемых в многофункциональных центрах по всей области. Целях более прозрачной работы все органы власти будут переведены на проектное управление, а также муниципалитеты публикуют рейтинг открытости. Планируется создать интернет портал для обращений граждан. Все заявки и информация об ответственных будут общедоступны. Жители смогут отслеживать статус исполне-

ния обращений граждан в режиме онлайн. Планируется что к 2020 году до 140 тыс. госуслуг будут предоставляться электронным способом. Граждане участвуют в управлении регионом с помощью практики инициативного бюджетирования «Решаем вместе», где предлагаются проекты в различных сферах от ЖКХ до культуры. [2]

Стратегия развития Ярославской области — это в первую очередь социальная стратегия. Она направлена на повышения уровня качества жизни населения, на процветание и благополучие жителей области. К 2025 году продолжительность жизни должна увеличиться на 3 года и составит 74,7 года, а средняя заработная плата по области должна достичь 62 тыс. рублей. К этому же сроку более чем вдвое должны повыситься доходы областного бюджета и ВРП региона и составит 864 млрд рублей.

Литература:

1. Портал органов исполнительной власти Ярославской области [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.yarregion.ru/Pages/government/default.aspx> Дата обращения 20.04.2018 г
2. Прогноз социально-экономического развития Ярославской области на долгосрочный период 2016–2027 годов, одобренный постановлением Правительства области от 27.10.2015 № 1150-п «О прогнозе социально-экономического развития Ярославской области на долгосрочный период 2016–2027 годов».
3. Прогноз социально-экономического развития Ярославской области на среднесрочный период 2018–2020 годов, одобренный постановлением Правительства области от 25.10.2017 № 787-п «О прогнозе социально-экономического развития Ярославской области на среднесрочный период 2018–2020 годов»;

Анализ развития франчайзинга в российской торговле

Кузина Алена Алексеевна, студент магистратуры;
Анохина Марина Егоровна, кандидат экономических наук, доцент
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

Развитие малого бизнеса является движущим механизмом экономики государства. Франчайзинг, как один из видов коммерческой деятельности, позволяет начинающему предпринимателю значительно упростить организа-

цию бизнеса и обеспечить развитие бизнеса в долгосрочной перспективе. Развитие франчайзинга сферы торговли в нашей стране является перспективным направлением предпринимательства.



Рис. 1. Количество франчайзеров в России, шт. [7]

Всё вышеперечисленное свидетельствует об актуальности темы.

Франчайзинг — форма делового сотрудничества нескольких фирм, при котором компания с известным на рынке именем (франчайзер) перепродает права на него вместе с технологией производства или продажи товара независимым от нее предприятиям (франчайзи). [1]

Франчайзинг в России — явление достаточно новое и очень быстро развивающееся. Эта бизнес-модель появилась на отечественном рынке в середине 90-х — и се-

годня эксперты говорят о 1700 франчайзинговых проектах в 60 различных сферах деятельности. Проанализировав динамику франчайзинга в нашей стране, можно заметить, что в последние годы наблюдается постоянный рост количества франчайзеров.

Согласно результатам статистических исследований, количество франчайзеров в России возрастет до 2150 в 2017 году, что на 26% превосходит показатели 2015 года. Уровень развития франчайзинга в России по сравнению с другими странами представлен на рисунке.

Франчайзинг в России и в мире

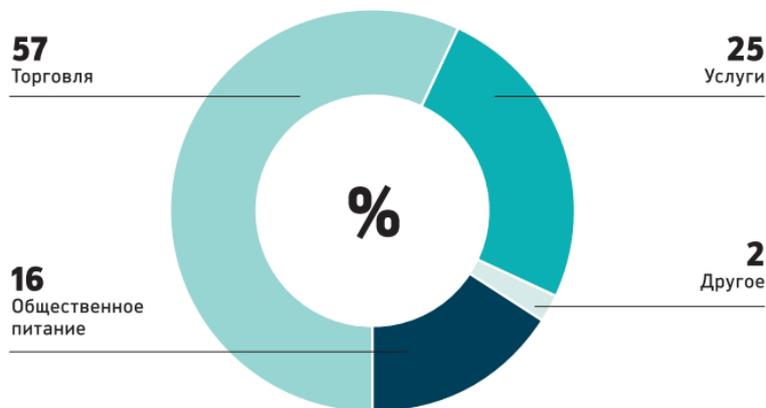


Рис. 2. Франчайзинг в России и в мире, 2014 г. [7]

Россия не является лидирующей страной по количеству франчайзинговых точек и франчайзинговых концепций, но тем не менее, очевидно, что за более чем 20 лет с момента зарождения франчайзинговый рынок в России значительно вырос. В настоящее время его общий объем оценивают в 5 млрд долларов. По данным специалистов

Европейской ассоциации франчайзинга (EFF), за последние три года рынок франчайзинга в России увеличился на 98%. Согласно данным РАФ, Россия в последние годы является лидером по росту количества франчайзинговых компаний. [4]

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕКТОВ ФРАНЧАЙЗИНГА ПО ОТРАСЛЯМ*



*По состоянию на начало 2015 г.
Источник: Российская ассоциация франчайзинга

Рис. 3. Распределение объектов франчайзинга по отраслям [4] [8]

Торговля занимает больше половины объектов франчайзинга, в связи с чем представляет наибольший интерес для анализа.

Однако количество не всегда соответствует качеству. На рынке франчайзинга в России присутствует очень много недобросовестных франчайзеров, предлагающих франчайзинговые проекты низкого качества. [2][3]

Существуют факторы, оказывающие негативное воздействие на развитие франчайзинга в нашей стране, ими являются:

- несовершенство российского законодательства в этой области;
- низкая государственная поддержка;
- отсутствие заинтересованности банков в работе с системами франчайзинга;
- низкая популяризация франчайзинга.

В законодательстве РФ на сегодняшний день нет конкретного определения франчайзинга, а существует только «коммерческая концессия».

Еще одной трудностью для возможных франчайзи можно назвать получение кредитов банка на создание организации по франшизе с использованием льгот. Такого рода заявки большее число банков рассматривают на общих основаниях — с использованием условий программ по кредитованию малого бизнеса.

Если говорить о государственной поддержке развития франчайзинга в нашей стране, то она значительно отстает от развитых стран. Можно отметить низкую активность деятельности. Имеет место проблема скудной информированности предпринимателей обо всех достоинствах и недо-

статках готового бизнеса, а также осведомленности о том, как можно стать его составной частью [4].

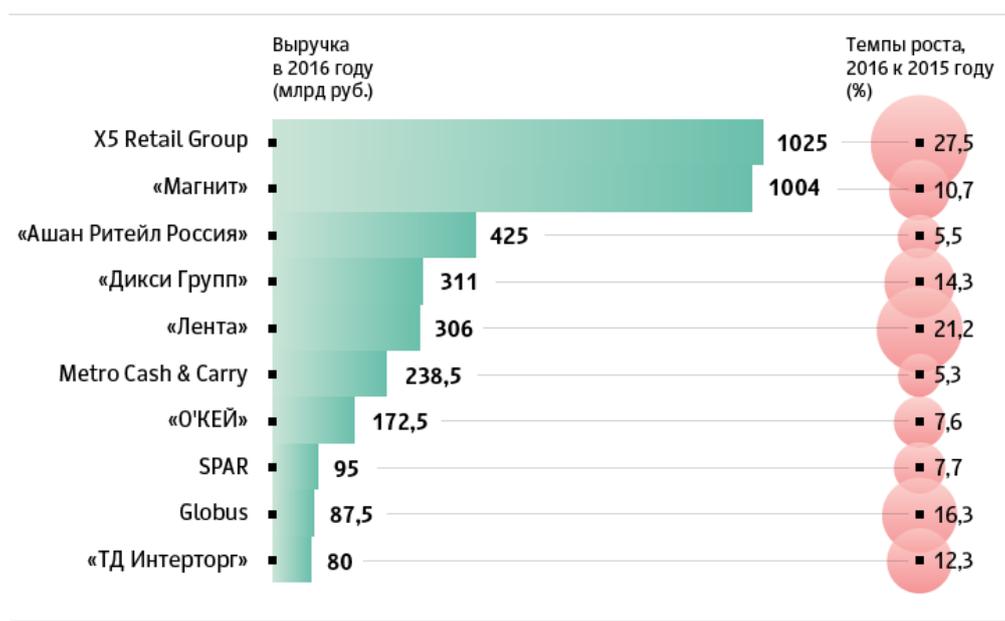
Таким образом, можно выделить положительные и отрицательные итоги развития франчайзинга в торговле Российской Федерации:

- стремительное развитие начинающих предпринимателей
- расширение популярных сетей
- развитие торговли в регионах
- доверие и лояльность клиента к известным брендам франчайзерам
- расширение сферы торговли, а также
- появление франчайзинговых проектов низкого качества
- негибкий ассортимент товаров в торговых сетях
- проблема выхода на рынок нового бренда
- возможно несоблюдение стандартов работы франчайзи, снижение качества услуг
- постепенная «монополизация» рынка

Положительная динамика развития франчайзинга в России все-таки есть. Несмотря на все препятствия, франчайзинг уверенно продвигается на российском рынке товаров и услуг.

Рассмотрим систему ведения бизнеса одной из крупнейших компаний современной розничной торговли является X5 Retail Group. Компания создает, развивает и управляет портфелями известных продуктовых брендов, таких как Пятёрочка, Перекресток, Перекресток Экспресс, Карусель. [5]

Крупнейшие продуктовые ретейлеры России



Источник: «РБК Исследования рынков»

© РБК, 2017

Рис. 4. Крупнейшие продуктовые ретейлеры России [8]

С 2001 года X5 Retail Group активно использует франчайзинг в своей деятельности. Уникальной особенностью для компании является франчайзинговая система — обратный франчайзинг. Особая система обеспечила компании стабильный рост и расширение на рынке. Обратный франчайзинг предполагает передачу франчайзи особенностей бизнеса, обеспечение эффективности функционирования торговой точки. Франчайзи не платит роялти,

при этом получает агентское вознаграждение в размере 14–15 % от объема выручки. Товар магазина согласно договору, принадлежит X5 Retail Group. Обратная франшиза позволит существенно уменьшить затраты франчайзи, гарантируя ему выход на рынок как члена команды лидера российского ритейла.

В таблице представлены количественные показатели брендов X5 Retail Group.

Таблица 1. Сравнительный анализ ключевых показателей брендов X5 Retail Group

	Пятерочка	Перекресток	Карусель
Кол-во магазинов	9002	544	90
Доля в чистой розничной выручке X5 в I квартале 2017 года	76%	15%	7%
Кол-во товаров в каждом магазине	4500	10000–15000	15000–20000
Средняя площадь	398 кв. м	1015 кв. м	4254 кв. м

Самым крупным представителем X5 Retail Group является Пятерочка. Доля выручки «Пятерочки» в чистой выручке компании составляет 76 % по показателям первого квартала 2017 года. Чистая розничная выручка за 1 кв. 2017 г. — 222 941 млн руб. [6]

Условия франшизы X5 Retail Group

- X5 Retail Group осуществляет поставку товаров своих поставщиков
- франчайзи занимается управлением точки, ежедневно перечисляет выручку
- X5 Retail Group выплачивает франчайзи агентское вознаграждение (в размере 13–17 % от перечисленной суммы)
- франчайзи использует средства, полученные в виде агентского вознаграждения на обслуживание торговой точки, выплату заработной платы рабочим, оплату обязательных платежей
- X5 Retail Group проводит мониторинг и сопровождение работы магазина

Минимальные требования к партнеру по франшизе

- наличие помещения (в частной либо долеговой собственности или аренде)
- наличие необходимых электрических мощностей
- финансовые ресурсы для покупки франшизы, запуска и первичного материального обеспечения магазина
- высокая деловая репутация и безупречная кредитная история

Что получает франчайзи

- систему учета и ведения документации
- разработку системы бизнес-процессов работы магазина
- право на использование торгового обозначения на самом объекте торговли, а также в рекламных целях
- план-схему магазина, схему выкладки товаров, матрицу ассортимента

— базы поставщиков продукции, услуг и оборудования

Согласно проведенному исследованию одной из крупнейших компаний современной розничной торговли X5 Retail Group, франчайзинг является перспективным видом предпринимательства. Франшиза Пятерочки — это очень выгодное вложение, так как сеть быстро и активно развивается. В условиях санкций многие мелкие магазины попали в группу риска. Открытие в том же районе супермаркетов «Пятерочка», «Дикси» или «Магнит» еще больше ухудшает ситуацию. Мелкий предприниматель не имеет ресурсов, чтобы конкурировать с их низкими ценами. Однако франшиза магазина Пятерочка решает все эти проблемы. Франшиза Пятерочки входит в топ 50 самых популярных франшиз России по показателям 2016 года.

Согласно рейтингу, **топ 50 самых популярных франшиз в 2016 году [7] [8]** почти половина компаний — предприятия торговой деятельности. Среди них наиболее популярной оказалась Vianog (7 место) — компания, осуществляющая торговлю автомобильными шинами. Vardex (торговля электронными сигаретами) — новичок в рейтинге, составившая конкуренцию всем известным «Эвалар» и «Пятерочка». Эвалар имеет наибольший рост в рейтинге среди франшиз торговли.

Большое количество популярных франшиз пришлось на предприятия фармацевтических средств («Эвалар», «Фармакопейка», «Будь здоров», «Ригла») и одежды (Elis collection, Terranova, Playtoday, Profimax, Van cliff).

Стоит отметить низкий процент количества расторгнутых договоров коммерческой концессии для торговых компаний, исключая Ives Rocher — количество расторгнутых договоров превысило количество зарегистрированных. Ives Rocher также показал самое стремительное падение в рейтинге с 3 позиции на 46.

В заключение, можно сделать вывод о том, что даже новичок может поразить своим успехом, в то время как отмечены редкие, но все же случаи резкого падения популярности известных брендов. Такое изменение рейтинга раз доказывает, что франчайзинг в России только начинает набирать обороты.

Таблица 2. Топ 50 самых популярных франшиз в 2016 году [7] [8]

Позиция в рейтинге*	Товарный знак	Количество зарегистрированных договоров коммерческой концессии	Количество расторгнутых договоров по соглашению сторон	Количество договоров, зарегистрированных до 31.12.2016
1 (1)	1С	659	68	7486
2 (2)	«Консультант Плюс»	180	0	805
▲ 3 (5)	«Гемотест»	117	6	343
4 (4)	«Инвитро»	82	5	602
▲ 5 (16)	«Суши шоп»	71	6	92
6 (Н)	«Чебаркульская птица»	54	0	54
7 (7)	Vianor	50	5	497
▲ 8 (13)	Helix	40	2	118
▼ 9 (6)	Subway	34	20	845
▼ 10 (9)	«ЗЗ Пингвина»	33	1	180
▲ 11 (19)	«Эвалар»	31	1	51
12 (Н)	«Точка красоты»	30	1	42
13 (Н)	Vardex	24	0	24
▼ 14 (11)	«Тонус клуб»	20	6	175
▼ 15 (8)	«Додо»	19	12	99
16 (Н)	«Крошка картошка»	18	0	81
▲ 17 (18)	Elis collection	18	0	19
18 (Н)	Mail boxes	17	0	69
19 (Н)	Fitservice	16	0	22
▼ 20 (12)	«Воккер»	14	6	29
21 (Н)	«5 Пятерочка»	14	2	16
22 (Н)	Regus	14	0	14
23 (Н)	Sogood	12	0	12
▼ 24 (17)	«Фармакопейка»	12	0	26
25 (Н)	Chicken house	12	0	16
26 (Н)	Terranova	11	5	65
27 (Н)	«Будь здоров»	11	7	12
28 (Н)	4 Hands express studio	11	0	11
29 (29)	«IL Патио»	10	2	140
30 (Н)	«Ригла»	10	0	39
31 (Н)	Playtoday	10	0	10
32 (Н)	Profmax	10	0	10
▼ 33 (26)	Van cliff	9	0	8
34 (Н)	«Планета суши»	9	0	84
35 (Н)	«Якитория»	9	3	89
36 (Н)	«Вай»	9	0	17
37 (Н)	Sunschool	9	0	9
38 (Н)	«Санкт-Петербургская школа телевидения»	8	0	12
▼ 39 (30)	«Тофа Дом обуви»	8	10	18
40 (Н)	«Лечу.ру»	7	5	75
41 (Н)	«Хочу к врачу»	7	5	40
42 (Н)	«Янта»	7	0	35
43 (Н)	«Веселая расческа»	7	0	13
44 (Н)	PlazaReal	7	0	7
45 (Н)	«Алмаз-холдинг»	7	0	7
▼ 46 (3)	Yves Rocher	6	10	255
▼ 47 (24)	«Конфазель»	6	0	38
48 (Н)	«Поль Бейкери»	6	2	19
49 (Н)	«Помпончик»	6	0	7
50 (Н)	Lehome	6	0	6

* В скобках указана позиция в рейтинге 2015 года, Н — новички рейтинга

Источник: Роспатент

© РБК, 2017

С целью совершенствования франчайзинга в России первую очередь необходимо создание отдельного законодательного акта, регулирующего франчайзинговые отношения.

Угрозой для рынка франчайзинга представляются некачественные франчайзинговые продукты, которые не оправ-

дывают ожиданий франчайзи. Во избежание этого франчайзерам необходимо:

- тщательно работать над качеством продукта
- предъявлять к собственной работе высокие требования
- обеспечивать надежную поддержку франчайзи
- повышать уровень грамотности предпринимателей

— развивать международный франчайзинг.

Основные риски предпринимателей связаны с высокими ставками кредитования, высокими арендными ставками и падением реальных доходов населения.

Проблема низкой государственной поддержки франчайзинга должна быть решена. Трудностью для возможных франчайзи является получение кредитов банка на создание организации по франшизе с использованием льгот. При создании специальных программ кредитования фран-

чайзи возможно облегчить финансовый барьер развития франчайзинга.

Франчайзинг исторически и прочно закрепился в развитых странах под воздействием объективных потребностей экономического развития. Более того, за рубежом эту форму деятельности считают не только полезной, но и престижной. Таким образом, если стремиться перенять у Запада все самое перспективное, можно надеяться, что франчайзинг скоро по достоинству оценят и в России.

Литература:

1. Астремский А. Д. Современные тенденции развития франчайзинга как формы ведения малого бизнеса // Транс-портное Дело России. 2012. № 9.
2. Батраченко Д. К. Анализ преимуществ и недостатков франчайзинга // Международный Научный Институт «Educatio» VII, 2014. — С. 6.
3. Фролова В. Б. Франчайзинг как основа долгосрочного развития бизнеса // Концепт. — 2013. — № 11 (ноябрь).
4. Официальный сайт Российская ассоциация франчайзинга (РАФ) [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://rusfranch.ru/> (дата обращения 16.07.2017)
5. Официальный сайт X5 Retail Group [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.x5.ru/ru> (дата обращения 16.07.2017)
6. Официальный сайт сети Пятёрочка [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://5ka.ru> (дата обращения 16.07.2017)
7. Профессиональный интернет-ресурс для потенциальных франчайзи [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://franshiza.ru/> (дата обращения 28.07.2017)
8. Официальный сайт «РосБизнесКонсалтинг» — ведущая российская компания, работающая в сферах масс-медиа и информационных технологий. [Электронный ресурс] — Режим доступа: www.rbc.ru/ (дата обращения 16.07.2017)

Совершенствование организационной структуры предприятия

Кузнецов Никита Максимович, студент;

Научный руководитель: Цирульниченко Лина Александровна, кандидат технических наук, доцент
Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск)

В статье рассматриваются основные виды организационных структур предприятия. Организационная структура управления рассмотрена как целостная система (цепь).

Ключевые слова: менеджмент, система управления, совершенствование организационной структуры, управление предприятием, организационная структура

В современности под организационной структурой понимается упорядоченная совокупность устойчиво взаимосвязанных элементов, обеспечивающих функционирование и развитие организации как единого целого. Организационная система управления (ОСУ) определяется также как форма распределения и кооперации управленческой деятельности, в рамках которой осуществляется процесс управления по соответствующим функциям, направленным на решение поставленных задач и достижения назначенных целей. Можно сказать, что структура управления, есть не что иное, как оптимальное распределение работы, прав и ответственности, порядка и форм взаимодействия между членами коллектива организации. Система управления организацией представлена на рисунке 1.

Целью организационной структуры управления является обеспечение устойчивого развития социально-экономической системы посредством формирования, сохранения и совершенствования способов взаимосвязи и взаимодействия системы с внешней средой, и внутреннего взаимодействия элементов системы.

При разработке предприятием ОСУ важен способ ее построения. Основное внимание уделяется разделению работ на отдельные функции и обеспечению соответствия ответственности управленческих работников предоставляемым им полномочиям. На этой основе создавались структуры более известные как адаптивные и бюрократические. Классификация этих структур представлена на рисунке 2.



Рис. 1. Система управления организацией

ОСУ бюрократического типа можно охарактеризовать как: структуры с большим числом горизонтальных и вертикальных связей; высоко формализованные, направленные

преимущественно сверху вниз, с коммуникациями, с незначительным участием низкого персонала в принятии решений. [2, с. 9].



Рис. 2. Классификация организационных структур предприятия

Органический подход к построению организационных структур управления характеризуется тем, что основное внимание он уделяет связям компании с внешней средой и ее изменениям. В настоящее время предпочтение отдается более гибким формам построения отношений людей в организациях, что означает отказ от бюрократизации процессов, сокращении числа иерархических уровней при увеличении горизонтальной интеграции между персоналом. Главной характеристикой данной структуры является индивидуальная или групповая ответственность каждого работника за общий результат. В данной структуре отпадает необходимость в разделении труда по видам работ, а отношения между участниками зависят от характера решаемой задачи. [4, с. 405].

В настоящее время проблемы организационных структур управления часто решают вместе с формированием проблемно-ориентированных команд. Это связано с глобализацией участников управленческого процесса. При таких условиях развития данных процессов иерархичность и линейность управления сужают организационные и интеллектуальные возможности такой организационной структуры. [1, с. 47].

Формирование ОСУ сетевых технологий характеризуется созданием виртуальных корпораций, как адекватной формы организации делового сотрудничества. Они эффективны, в связи с тем, что пользуются преимуществами структуры управления и групп собственников. Тут же отдельные участники сетевой структуры, находящиеся на верхних уровнях, концентрируют вокруг своей деятельности, в том числе и вокруг себя, активное участие других структур и организаций, образуя совместные цели и стратегии развития.

Литература:

1. Бойкова, Ю. А. Формирование системы управления организации на основе интеграционного подхода /Ю. А. Бойкова, Е. И. Куценко Е. И. // Вестник магистратуры. — 2016. — № 3–2 (54). — С. 46–48.
2. Жемчугов, А. М. Оптимальная организационная структура предприятия /А. М. Жемчугов, М. К. Жемчугов // Проблемы экономики и менеджмента. — 2015. — № 5. — С. 6–28.
3. Махнова, Г. Ю. Совершенствование организационной структуры управления предприятием /Г. Ю. Махнова, С. А. Шевченко // Интеллект. Инновации. Инвестиции. — 2013. — № 1. — С. 77–80.
4. Ступникова, И. Ю. Совершенствование организационной структуры управления как условие обеспечения конкурентоспособности организации /И. Ю. Ступникова, Е. И. Куценко // Теория и практика современной науки. — 2016. — № 2 (8). — С. 404–409.

Создание матричных и органических структур способствует созданию проблемно-ориентированных команд, которое означает переход от иерархических к сетевым, корпоративным системам управления. Сетевые структуры особенно перспективны в открытых социально-экономических системах, направленных на сотрудничество.

Сетевые технологии формирования структур управления все больше распространяются в направлении формирования виртуальных корпораций как высокой формы организации сетей делового сотрудничества. Сегодня анализ организационной системы управления, ее построения, ее преимуществ и недостатков позволяет сделать вывод о том, что выбор определенной ОСУ должен соответствовать стратегическим целям компании. Совершенствование организационных структур на предприятии должно быть рационально и сочетать в себе все соотношения с оптимальным распределением функций, прав и обязанностей.

Следует иметь в виду, что процессы совершенствования организационной структуры управления могут осложняться рядом факторов: структурно-функциональной неупорядоченностью, слабым пониманием роли конкурентного фактора, недостаточной профессиональной подготовкой руководителей и специалистов, низким уровнем динамичности организационных структур управления, неэффективным использованием «человеческого фактора», недостаточной мотивацией к повышению эффективности своей деятельности, слабое привлечение консалтинговых структур к решению организационных проблем управления. [3, с. 79].

Каждое предприятие должно идти по пути сочетания принципов централизации, экономической самостоятельности и специализации, быть гибкими и готовыми к быстрым изменениям внешней среды.

Понятие финансов и определение их роли в достижении целей предприятий в различных организационно-правовых формах

Мальцев Дмитрий Андреевич, студент
Университет Дзяньзи города Ханчжоу (Китай)

В данной статье представлено различные определения понятия «финансы». Рассмотрены различные виды финансовых отношений. Определена роль финансов в достижении целей предприятий.

Ключевые слова: предприятие, финансы, финансовые отношения, финансовые ресурсы, денежные средства.

В сложной экономической системе любое предприятие является самостоятельным хозяйствующим субъектом, который создается с целью удовлетворения потребностей общества, получения прибыли и приращения капитала.

Предприятия являются юридическими лицами и соответствуют следующим признакам:

1. Имеют обособленное имущество, приобретают и осуществляют от своего имени имущественные и неимущественные права, несут соответствующие обязанности;

2. Имеют самостоятельный баланс и расчетный счет в банке, и пр.

Содержание их хозяйственной деятельности представляет собой организацию производства и реализации продукции, выполнение работ, либо оказание услуг.

В ходе предпринимательской деятельности между организациями возникают хозяйственные связи и финансовые отношения, связанные с организацией производственного процесса, формированием финансов и осуществлением инвестиционной деятельности. Материальной основой финансовых отношений выступают денежные средства. Именно при их движении благодаря взаимным расчетам между компаниями и возникают фонды денежных средств, именуемые финансами. В этом и заключается актуальность данной проблематики.

Финансы предприятий — это денежные отношения, которые возникают при формировании и использовании основного, оборотного капитала и фондов денежных средств компаний [3, с. 12].

Н. А. Алексеева характеризует финансы предприятия как экономические и денежные отношения, которые являются в результате денежного оборота и возникающих на основании этого потоков денежных средств, связанных с функционированием на предприятии капиталом.

М. В. Чараева утверждает, что финансы:

- 1) являются неотъемлемой частью системы финансовых отношений;
- 2) отражают процессы возникновения и распределения доходов компаний, относящихся к разным отраслям экономики;
- 3) имеют тесную связь с предпринимательской деятельностью [1, с. 217].

Финансовые отношения появляются в том случае, когда собственные средства фирмы формируются за счет привлечения заемных источников финансирования, а доходы, полученные в результате этой деятельности, используются на ее дальнейшее развитие.

В зависимости от экономического содержания финансовые отношения группируют по объектам отношений:

- финансовые отношения между учредителями — имеют место при создании организации, когда формируется ее уставный капитал;
- между предприятиями и фирмами, которые помогают наладить производство и реализацию продукции;
- отношения между подразделениями компании — здесь подразумевается взаимодействие их друг с другом в ходе распределения финансов по производственным участкам, распределения полученной прибыли, отслеживание состояния оборотных средств;
- между фирмой и ее работниками — включает в себя использование финансов для выпуска акций и облигаций, для выплаты по ним процентов, для финансирования трудовой деятельности, удержания НДФЛ, и пр.;
- между предприятием и головной компанией — данный вид финансовых отношений имеет место внутри крупных холдингов, союзов и промышленных групп;
- между компанией и государственной финансовой системой — такие отношения возникают при уплате в государственный бюджет предприятиями налогов и других обязательных платежей, при получении налоговых льгот, оплате штрафных санкций, при государственном финансировании;
- между предприятием и банками [4, с. 237].

Итак, как уже говорилось, основой любых финансовых отношений, которые возникают между предприятиями и их контрагентами, является движение денежных средств. Благодаря движению денежного потока формируется уставной капитал компании, происходит постоянный кругооборот финансов, формируются и используются денежные фонды различного назначения.

Собственный капитал предприятия строится на основании: уставного, резервного, добавочного капитала, амортизационных отчислений, полученной нераспределенной прибыли, и пр.

Заемные источники финансовых ресурсов представляют собой: полученные банковские, бюджетные кредиты или коммерческие кредиты, а также кредиторскую задолженность, которая постоянно находится в обороте, и т. д.

Привлеченные источники финансов — это денежные средства предприятия, состоящие из: его дебиторской задолженности, государственных субсидий, долгов компании по выплате налогов, обязательства по трудовым соглашениям, и пр [3, с. 7].

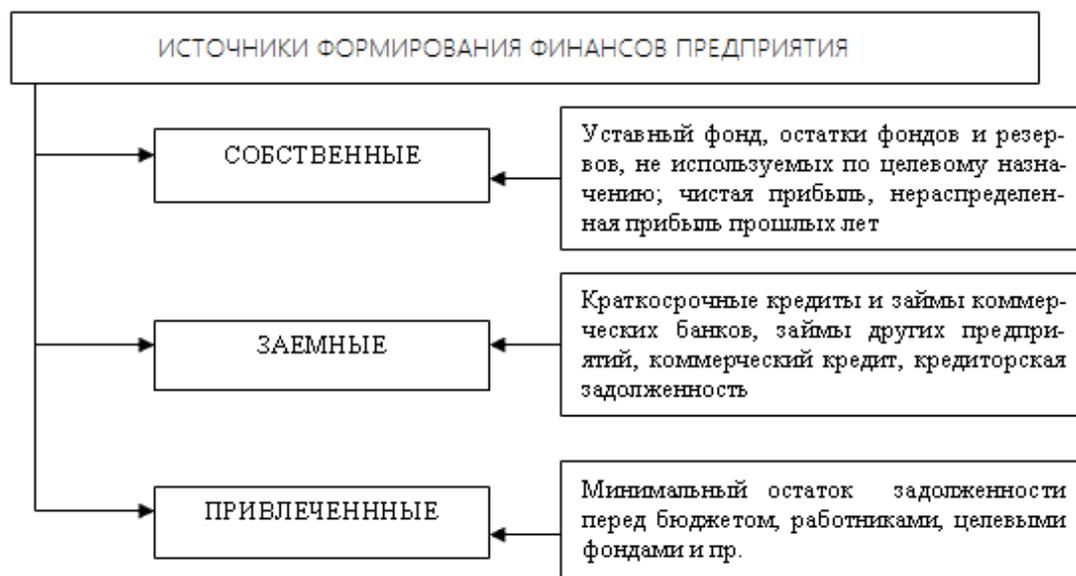


Рис. 1. Источники формирования финансовых ресурсов предприятия [2, с. 130]

Таким образом, финансы могут поступать предприятию с помощью взносов учредителей, полученной прибыли, кредитных банковских ресурсов, инвестирования, прочих доходов и т. д. Основной производственной финансово-экономической задачей любой компании является обеспечение ее финансового равновесия, т. е. достижение баланса между доходами и расходами с целью обеспечения производственных процессов.

Финансы предприятий играют огромную роль в достижении целей предприятий.

Роль финансов в достижении различных целей предприятия заключается в получении и максимизация прибыли предприятия, также они оптимизируют источники формирования финансовых ресурсов. Финансы обеспечивают денежную устойчивость предприятия, в том числе использование различных механизмов защиты от предпринимательских рисков (страхование, хеджирование, создание финансовых резервов), они создают инвестиционную привлекательность и несут ответственность за ведение и результаты финансово-хозяйственной деятельности [5, с. 171].

Таким образом можно сделать следующий вывод, финансы предприятия — это денежные отношения, которые возникают при формировании и использовании основного, оборотного капитала и фондов денежных средств компаний. Финансовые отношения появляются в том случае, когда собственные средства фирмы формируются за счет привлечения заемных источников финансирования, а доходы, полученные в результате этой деятельности, используются на ее дальнейшее развитие. Основой любых финансовых отношений, которые возникают между предприятиями и их контрагентами, является движение денежных средств. финансы могут поступать предприятию с помощью взносов учредителей, полученной прибыли, кредитных банковских ресурсов, инвестирования, прочих доходов и т. д. Основной производственной финансово-экономической задачей любой компании является обеспечение ее финансового равновесия, т. е. достижение баланса между доходами и расходами с целью обеспечения производственных процессов. Роль финансов в достижении целей предприятия велика, так как без финансов не существовало бы предприятие.

Литература:

1. Абдукаримов, И. Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: Учебное пособие / И. Т. Абдукаримов, М. В. Беспалов. — М.: НИЦ Инфра-М, 2016. — 214 с.
2. Акуленко, Н. Б. Экономический анализ: Учебное пособие / Под ред. Н. Б. Акуленко и В. Ю. Гарновой — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 157 с.
3. Владыкин, А. А. Финансовый анализ как инструмент эффективного управления бизнес-процессами в хозяйствующих субъектах / Интернет-журнал «Науковедение», Вып. 2 (21), 2014.
4. Гарнов, А. П. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. — 365 с.
5. Климова, Н. В. Экономический анализ: Учебное пособие. — М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. — 287 с.
6. Клишевич, Н. Б. Экономический анализ: Учебное пособие / Н. Б. Клишевич, Н. В. Непомнящая и др. — М.: НИЦ ИНФРА-М; Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2013. — 192 с.

Анализ доходов бюджета субъекта Российской Федерации (на примере Республики Бурятия)

Матуев Булат Сыренович, студент магистратуры;
Бурлов Дмитрий Юрьевич, кандидат экономических наук, доцент
Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления (г. Улан-Удэ)

В данной статье говорится о насущных проблемах бюджетной системы регионов Российской Федерации. Автор выделяет такой регион страны, как Республика Бурятия. На основе данных по этому региону описывает зависимость Республики Бурятия от общего бюджета страны, тем самым показывает возрастание дефицита бюджета Республики Бурятия, однако в прогнозной части исследования было выявлено повышение поступлений в бюджет за счет повышения доходов населения. В результате исследования предложены пути выхода из сложившейся ситуации. Также в статье описывается статистический анализ доходной части бюджета Республики Бурятия по данным 2007–2017 годов и основные направления развития денежных поступлений. Для прогноза доходов бюджета Республики Бурятия применялись методы экономико-математического моделирования. Автор затрагивает важные вопросы инвестиционной политики, потенциал в этой области у Республики Бурятия большой. Для составления социально-экономической программы развития Республики Бурятия предполагается пересмотр налогового бремени для предпринимателей и инновационных идей населения Республики Бурятия, необходимо уделить больше внимание на земельные и минерально-сырьевые ресурсы региона, на развитие туризма (в большей степени ориентироваться на озеро Байкал), агропромышленного комплекса, потенциала человеческого капитала (развитие качества трудовой силы).

Ключевые слова: бюджет, дефицит бюджета, налоговое бремя, инвестиционная деятельность, доходы регионального бюджета.

Analysis of incomes of the budget of the Russian Federation (on the example of the Republic of Buryatia)

This article deals with the urgent problems of the budget system of the regions of the Russian Federation. The author singles out a region of the country, like the Republic of Buryatia. Based on the data on this region, the dependence of the Republic of Buryatia on the total budget of the country is described, thereby showing an increase in the budget deficit of the Republic of Buryatia, however, in the forecast part of the study, it was revealed that the revenues to the budget were raised by raising the incomes of the population. As a result of the research, ways of getting out of the current situation are suggested. Also, the article describes the statistical analysis of the revenue side of the budget of the Republic of Buryatia according to 2007–2017 and the main directions of the development of cash receipts. To forecast the budget revenues of the Republic of Buryatia, methods of economic and mathematical modeling were used. The author touches upon important issues of investment policy, the potential of the Republic of Buryatia is great in this area. To compile a socio-economic development program for the Republic of Buryatia, it is planned to revise the tax burden for entrepreneurs and innovative ideas of the population of the Republic of Buryatia, it is necessary to pay more attention to the land and mineral resources of the region, to develop tourism (to focus more on Lake Baikal), agro-industrial complex, The potential of human capital (development of the quality of labor force).

Keywords: budget, budget deficit, tax burden, investment activity, regional budget revenues.

В настоящее время многие регионы Российской Федерации сильно зависят от бюджета государства. Таким образом, формируется актуальная проблема развития экономической системы страны — недостаточная бюджетная самостоятельность регионов.

На региональном уровне отыскиваются все резервы и источники финансирования для увеличения объема собственных доходов. Субъекты РФ стремятся получить средства из бюджета государства даже при наличии достаточного финансового обеспечения.

Дотации, субвенции, средства фондов финансовой поддержки, взаимные расчеты — различные формы финансо-

вой помощи бюджетной системы РФ, которые занимают немаловажное место в структуре доходов региональных бюджетов. Эти формы наравне с отчислениями от федеральных и региональных регулирующих налогов являются основными инструментами бюджетного выравнивания.

Республика Бурятия принадлежит к числу тех регионов, у которых доходы бюджета в основном формируются за счет межбюджетных трансфертов из бюджета государства, что придает экономике республики зависимый и неустойчивый характер.

По прогнозам в ближайшие годы Республика Бурятия не сможет удовлетворить свои финансовые запросы и по-

требности в связи с тем, что республиканский бюджет будет оставаться дефицитным с учетом внешних долгов федерального бюджету [1, С. 1076–1080].

В настоящее время проблема формирования доходной части бюджета республики заключается в недостатке денежных средств, возникшем в результате невыполнения плана поступлений в бюджет. Правительство вынуждено ежегодно сокращать статьи расходов бюджета, что приводит к ряду многих проблем.

Несмотря на всю сложность экономического положения бюджета региона, возможно ее улучшение за счет более эффективного использования собственных ресурсов [1]. Стоит уделить внимание инновационным проектам, снизить им налоговую нагрузку, также оказывать государственную поддержку предприятий и производств. Важно заметить, что должную поддержку необходимо предоставлять успешно действующим и рационально использующим

ресурсы организациям. Стоит учитывать факторы увеличения совокупного спроса на продукцию для населения и предприятий, что улучшит экономической ситуации Республики Бурятия в ближайшие годы.

В целях разработки программы социально-экономического развития возникает проблема оценки финансовых возможностей республики [4, С. 274.].

Это наталкивает на совершенствование статистической методологии собственных ресурсных возможностей республики.

Основными методами экономико-математического моделирования являются: экономический анализ объектов и процессов, прогнозирование экономического развития, прогнозирование экономических процессов.

В целях статистического анализа динамики доходной части бюджета Республики Бурятия важно произвести расчет показателей [7, С. 991–994]:

Таблица 1. Расчет показателей динамики доходной части бюджета Республики Бурятия за предыдущие 10 лет (2007–2017 гг.)

Год	Доходы бюджета РБ, млн руб.	Базисный абсол. прирост, млн руб.	Цепной абсол. прирост, млн руб.	Абсол. ускорение, млн руб.	Относ. ускорение, млн руб.	Темп роста цепной, %	Темп прироста цепной, %
2007	13031,4						
2008	23375,6	10344,2	10344,2	-5079,5	0,51	179,38	79,38
2009	28640,3	15608,9	5264,7	1873,7	1,36	122,52	22,52
2010	35778,7	22747,3	7138,4	-8993,9	-0,26	124,92	24,92
2011	33923,2	20891,9	-1855,5	6557,1	-2,53	94,81	-5,19
2012	38624,8	25593,4	4701,6	-2644,4	0,44	113,86	13,86
2013	40682,0	27650,6	2057,2	2320,2	2,13	105,33	5,33
2014	45059,4	32028,0	4377,4	-5843,8	-0,33	110,76	10,76
2015	43593,0	30561,6	-1466,4	4022,3	-1,74	96,75	-3,25
2016	46148,9	33117,5	2555,9	-3679,4	-0,44	105,86	5,86
2017	45025,4	31994,0	-1123,5	1123,5	0,00	97,57	-2,43

Основываясь на таблице 1 можно сделать несколько выводов:

— Базисный абсолютный прирост говорит о том, что в период с 2007 года по 2017 год доходная часть бюджета Республики Бурятия увеличилась на 31 994,00 млн рублей [2, С. 206–210];

— Цепные абсолютные приросты демонстрируют, что в 2011, 2015, 2017 годах наблюдался небольшой спад в доходной части бюджета, по сравнению с 2010, 2014, 2016 годами соответственно;

— Отрицательная величина ускорения присуще к поддержке роста или к уменьшению уровней ряда. Отсюда, наблюдается замедление в росте доходов в 2008, 2010, 2012, 2014, 2016 гг.

Наибольший темп роста наблюдается в 2008 году (179,38%), наименьший же — в 2011 году (94,81%).

Таким образом, доходная часть бюджета Республики Бурятия за 10 лет постепенно увеличивается, несмотря на то,

что рост доходов замедляется с периодичностью в один год [5, С. 110–116].

По итогам проведенного анализа динамики доходов бюджета Республики Бурятия показали, что доходная часть бюджета из года в год увеличивается довольно быстрыми темпами.

Увеличение доходной части бюджета региона вытекают в основном за счет налоговых поступлений, которые увеличиваются за счет НДС, что говорит о росте доходов населения Республике Бурятия.

Ссылаясь на основные направления налоговой политики Республики Бурятия на 2018–2020 годы, задачами Правительства РБ в области налогового обеспечения доходов бюджета региона на среднесрочный период являются:

— стимулирование инвестиционной и предпринимательской деятельности, создание благоприятных условий для развития экономики региона, что по-

способствует закреплению достигнутого уровня налогового потенциала;

- расширение налоговой базы через поддержку организаций реального сектора экономики, субъектов малого и среднего бизнеса;
- сохранение подходов в предоставлении налоговых льгот с учетом предварительной оценки их эффективности;
- взаимовыгодное сотрудничество с организациями, формирующими налоговый потенциал республики;
- повышение эффективности работы администраторов доходов;
- проведение мероприятий по повышению эффективности управления республиканской собственностью, увеличение доходов от ее использования.

Формирование доходной части бюджета Республики Бурятия в 2017–2019 годах будет осуществляться исходя из динамики основных макроэкономических показателей, определенных прогнозом социально-экономического развития Республики Бурятия на среднесрочную перспективу, с учетом налоговых новаций [4, С. 133–134].

В рассматриваемом периоде сбалансированность бюджета Республики Бурятия должна быть обеспечена, в том числе по средствам реализации комплекса мер, направленных на мобилизацию доходов, оптимизацию расходов и ограничение дефицита республиканского бюджета.

В целях обеспечения сбалансированности бюджета Республики Бурятия в рассматриваемом периоде будет реализован комплекс мер, направленных на мобилизацию доходов, оптимизацию расходов и совершенствование

политики управления государственным долгом Республики Бурятия.

В среднесрочном периоде актуальной задачей остается повышение инвестиционной привлекательности [3, С. 127–131] и привлечение инвестиций в экономику республики на создание новых и модернизацию действующих производств [2, С. 99–106].

Проблемы и препятствия в дальнейшем развитии экономики Республики Бурятия, которые существуют в данное время, зависят как от факторов экономико-географического характера, что осложняют и ограничивают хозяйственную деятельность на территории Республики Бурятия, так и от факторов, что содержат социально-экономического развитие [6, С. 88–95].

Основываясь на анализе конкурентных предпочтений и уязвимых сторон развития территории региона, следует выделить следующие направления развития Республики Бурятия:

1. Освоение минерально-сырьевых ресурсов;
2. Развитие индустрии туризма с использованием ресурсов озера Байкал, национальных парков;
3. Развитие агропромышленных комплексов;
4. Развитие инновационной деятельности;
5. Развитие человеческого потенциала.

Таким образом, Республика Бурятия должна повысить свои финансовые возможности с помощью разработки ряда мер, которые будут содействовать улучшению уровня экономики региона, а также развить инвестиционную активность на территории, поднять уровень жизни населения и в итоге снизить зависимость от федерального центра.

Литература:

1. Доржиева В. В. Современные тенденции экономического развития Республики Бурятия // *Фундаментальные исследования*. 2016 — № 12–5. — С. 1076–1080.
2. Мишенин А. С., Доржиева В. В. Роль промышленной политики в развитии экономики Республики Бурятия // *Экономика: вчера, сегодня, завтра*, 2016. — Т. 6 — № 12А — С. 99–106.
3. Рубан В. А. Привлекательность региона для населения и бизнеса // *Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент*, 2013 — № 1 — С. 127–131.
4. Строкова А. А. Анализ доходов и расходов федерального бюджета Российской Федерации за 2012–2016 гг. // *Молодой ученый*. — 2016. — № 7. — С. 991–994.
5. Гуртовая Н. С., Лаврентьева Л. В. Статистический анализ развития государственных финансов на современном этапе в России // *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*. — 2015. — № 5 (май). — С. 206–210.
6. Агафонова М. С., Гущина С. В. Методология формирования и стратегия развития системы государственного финансового менеджмента в России. // *Современные наукоемкие технологии*. — 2013. — № 10–1. — С. 133–134
7. Доходы и расходы государственного бюджета, их структура и роль в экономическом производстве. [Электронный ресурс] — Режим доступа <http://knowledge.allbest.ru/economy>.

Формирование понятия гендерная экономика

Махотин Михаил Андреевич, студент

Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева (г. Москва)

Ключевые слова: гендер, гендерные исследования, гендерная экономика.

Гендерная экономика новое и еще не изученное понятие, которое требует большого внимания. В рамках экономических исследований не уделялось должного внимания гендерной экономике. Люди научились решать проблемы разного рода на протяжении многовековой истории. В большей степени человечество преодолело барьеры, такие как рабство, крепостное право, фашизм и т. п. Но проблема неравенства мужчин и женщин существует и имеет огромное влияние на человеческую жизнь в разных сферах. Данная проблема существует не только в мировой экономике, но также и в семьях, то есть в быту, политике, культуре и т. п. На протяжении жизни каждый сталкивается с этим. В основе понятия «гендерная экономика», лежит понятие «гендер».

Гендерная экономика — это новое направление экономических исследований, которое раскрывает механизмы гендерного неравенства в формальном и не формальном секторах экономики, а также рассматривает, как функционируют политические, торговые и финансовые институты в силу их воздействия на социально-экономические статусы мужчин и женщин. Гендерная экономика разрабатывает индексы и показатели экономического развития с учётом роста и преодоления гендерной асимметрии [1].

Гендер (англ. gender, от лат. genus «род») — спектр характеристик, относящийся к маскулинности и фемининности. Такое понятие гендера стал использовать сексолог Джон Мани в 1955 году в своих работах, которые посвятил изучению «трансгендерных» людей. Он же и ввел данный термин в употребление в науках о поведении [2].

Психолог Роберт Столлер в 1958 году стал использовать это понятие не в грамматическом смысле, как оно использовалось ранее, а для того, чтобы выделить в качестве социокультурных характеристик понятия, такие как «маскулинный» и «фемининный». Это одна из версий. По второй версии расширение в 60-х годах данного понятия принадлежит феминисткам. От грамматического рода до мужского и женского поведения [3].

Автор одной из статей о понятие «гендер» Блохина Н. А. говорит о том, что американская женщина-стрелок Энн Уокли в своей работе («Пол, гендер и общество», 1972) дала определение понятиям «пол» и «гендер». «Пол» (sex) является словом, которое соотносено с биологическими различиями между мужчиной и женщиной: видима разница в гениталиях, соответствующая разница в воспроизводящей функции. «Гендер» (gender) — между тем есть предмет культуры: он соотносён с социальной классификацией на «маскулинное» и «фемининное»... постоянство пола должно быть признано, но так же должно быть (признано) разнообразие гендера [4].

Понятия слов «гендер» и «пол» постоянно сравнивают и путают. Разница в том, что «пол» — это биологические и физиологические различия между женщинами. А «гендер» — социокультурная, символическая конструкция пола, которая призвана определять конкретную ассоциативную связь, обеспечивать полноценную коммуникацию и поддерживать социальный порядок [5].

Пол человека определяется ещё в перинатальный период. Современное медицинское оборудование помогает узнать ещё до родов, кто появится на свет. Реакция родителей на рождение ребенка того или иного пола разная. Ранее многое зависело от культуры. В культурах, где развито собирательство и охота, были бы больше рады рождению мальчика, а где развито земледелие рождению девочки. Миру известны традиции, когда ребенка родившегося не того пола убивали. Подобные ограничения в количестве детей есть и в современном обществе. В Китае существовала политика «одна семья — один ребенок». Политика была применена в свете того, что количество население Поднебесной стало слишком велико. На количество рожденных детей были наложены штрафы, помимо ограничений [6]. Эта политика существовала до вступления в силу поправок в Закон о населении и планировании семьи, теперь разрешено иметь до двух детей в семье. Поправки вступили в силу с 1 января 2016 года, но также в законе говорится о скором окончании его действия [7].

Автор считает, что разграничение понятий «гендер» и «пол» помогло расширить горизонты социальных и гуманитарных наук. Ранее понятия «гендер» и «пол» не имели научного обоснования. Не было необходимости в различии данных понятий.

В основу изучения проблем гендерной экономики были положены гендерные исследования, которые в свою очередь стали проводиться под влиянием феминистского движения. Гендерная экономика стала одним из направлений гендерных исследований.

Феминизмом (от лат. «femina» — женщина) называют систему взглядов, главенствующей идеей которых считают мужское и женское равноправие. Так же называют женское движение за свои права, которое является продуктом феминизма. Под женским движением подразумевается организационная деятельность, направленная на осуществление идеи о гражданском равноправии женщин и мужчин, а также на защиту социальных интересов женщин [8].

Первые требования женщин о равноправии были выдвинуты ими в 1771 году. Во времена войны за независимость в США. Первой феминисткой из Америки считают Абигейл Смит Адамс. Она оставила след в истории благодаря своему высказыванию: «Мы не станем подчиняться

законам, в принятии которых мы не участвовали, и власти, которая не представляет наших интересов» [9].

В 1791 году появился первый публичный манифест феминизма. Его название звучало так: «Декларация прав женщины и гражданки». Данный манифест был написан писательницей Олимпией де Гуж. Олимпия в декларации сформулировала требования гражданского равноправия мужчин и женщин.

В первой статье данной декларации говорилось: «Женщина рождается и остается равноправной и свободной с мужчиной перед лицом закона» В шестой статье был описан более широкий смысл этого выражения: «Все гражданки и граждане должны иметь равный доступ ко всем общественным почестям и должностям, ко всем службам, для коих не должно быть иных преград, кроме личных способностей и талантов» В заключение чего Олимпия говорила: «Если женщина имеет право взойти на эшафот, то она должна иметь право взойти и на трибуну» [10].

История возникновения западного феминистского движения подразделяется на волны.

В середине 19 века во времена первой волны феминистского движения в США и Европе женщины боролись за право получать высшее образование, а также боролись против двойных стандартов в отношении полов. Помимо этого, осуществлялась борьба за реформы в области права собственности, развода и возможности работать.

Во времена первой волны зародился либеральный феминизм в Старом свете. Либеральный феминизм был связан с именами Марион Рейд, Гарриет Тейлор и жены известного писателя Д. С. Милля.

К. Маркс и Ф. Энгель, используя свои взгляды, сформировали основу для зарождения социалистического и марксистского направления в феминизме. Главной целью марксистского движения была тема женского труда.

В 19 веке и начале 20 века сторонников марксистского движения осталось совсем немного. Движение либерализма быстро развивалось. Самые большие организации данного движения были сформированы в США и Великобритании [11].

Первая волны феминистского движения характеризуется суфражистским движением. Суфражистское движение — это организационное движение женщин за получение избирательных прав. Суфражистки были против дискриминации женщин в экономической и политической жизни. В основном такое движение формировалось в 19 и начале 20 веков в США и Великобритании. Они приковывали себя к воротам, садились на рельсы и устраивали демонстрации на улицах с плакатами [12].

Период с 1960 по 1980 года был знаменует как, период второй волны феминистского движения. Исследовательница Имельда Велехан, внесла предположение, что вторая волна — это продолжение первого феминистского движения. Вторая волна существует и в нынешнее время, вместе с тем, что называют «третья волна» феминизма. Эстела Фридман — исследовательница, которая считает,

что в основном вторая волна касалась вопроса о ликвидации дискриминации.

Кэрол Ханиш феминистская активистка, которая придумала лозунг «Личное — это публичное» Данный лозунг стал ассоциироваться со второй волной женского движения [13].

Во время второй волны женского движения определились различия между американским движением и западноевропейским. Феминистская теория в Европе характеризовалась борьбой за равноправие, а теория, которая существовала в США, не заканчивалась на этом. Представительницы данной теории боролись ещё и за особые женские права.

Основоположницей феминизма второй волны считается Симона де Бовуар. Симона является автором книги «Второй пол», но сама себя феминисткой она не считает.

Период второй волны был связан с образовательными реформами и за право женщин, вступать в структуры власти. Такое право было главным, которое хотели достичь феминистки.

Феминизм в этот период различался на многие течения:

1. Географическое.
2. Этническое.
3. Конфессиональное.
4. По методам и направленности деятельности.
5. Идеологическое.
6. По принадлежности к направлениям в философии и психологии.
7. Течение, основанное на концепции социального конструирования.
8. Постмодернистское.
9. По сексуальной ориентации и идентичности приверженцев

В США с 20 века и по сей день можно встретить представителя практически каждого течения. В Британии, а также в Австралии самым распространённым был социалистический феминизм. Постмодернистский феминизм стал главенствующим во Франции [14].

Подъём третьей волны женского движения начался в 1990 годах. Третья волна была ответом на недостатки второй, а также основывалась на её достижениях.

Появление данной волны возникло благодаря деятельности чернокожих феминисток, одни из таких Белл Хукс и Одри Лорд. Они пытались добиться, чтобы вопросы, связанные с расой, внесли в круг деятельности феминизма.

В 1991 году произошел акт сексуального насилия Аниты Хилл, мужчиной по имени Кларенс Томас, который избирался на пост Верховного судьи США. Суд не признал Кларенса Томаса виновным. После данного инцидента Ребекка Уолкер опубликовала статью, которая носила название: «Становясь третьей волной». В этой статье Ребекка отметила следующие строки: «Я не феминистка постфеминизма. Я феминистка третьей волны» [15].

Феминистское движение «Riot Grrrl» возникло в движении инди-/панк-роке в 1990-х годах. Исполнитель-

ницы не редко использовали такие темы, как гендерное неравенство, право на аборт, изнасилование и насилие в семье [16].

Таким образом, можно заключить, что женщины уже многие годы пытаются добиться равноправия. Хотят, чтобы в различиях с мужчиной были только физические характеристики. Первые шаги к своей цели были не успешны, но феминистки не отчаялись и продолжали бороться за свои права и не отступают от своей идеи, и по сей день. Постепенно достигая её и ставя перед собой всё новые цели.

Одним из самых известных основателей гендерных исследований был Р. Столлер, психоаналитик Калифорнийского университета. Его концепция об изучении пола на «биологическое» и «культурное», дало основу для начала формирования гендерных исследований в гуманитарных знаниях.

Таким образом, гендерное исследование — это междисциплинарная исследовательская практика, использующая познавательные возможности теории социального пола для анализа общественных явлений и их изменений [17].

Гендерные исследования делятся на следующие разделы:

1. Гендерная социология.
2. Гендерная психология.
3. Гендерный подход в философии.
4. Гендерная экономика.
5. Гендерная политология.
6. Политика гендерного неравенства.
7. Гендерная компетентность.
8. Гендерное образование.
9. Гендерная лингвистика.

Гендерные исследования привели к тому, что пол рассматривался наравне с классом, этносом, конфессией и культурой. Проблемы, которые были актуальны такие как, власть, насилие, самосознание и свобода, стали связаны с определенным полом [18].

Одним из направлений гендерных исследований, является гендерная экономика.

Автором предложено следующее определение понятия «гендерная экономика» — это одно из направлений гендерных исследований, которое изучает вовлеченность в экономику и сферу труда мужчин и женщин, их равенство в экономической деятельности и значимость их трудового потенциала.

Вопросы, которые, по мнению автора, изучает гендерная экономика:

1. влияние уровня образования мужчин и женщин на их вовлечённость в экономическую деятельность;
2. степень вовлечённости в экономический процесс мужчин и женщин;
3. соотношение уровней заработной платы у мужчин и женщин;
4. соотношение возможностей профессионального и служебного роста у мужчин и женщин;
5. разделение сфер деятельности на «мужские» и «женские»;
6. особенности организации труда мужчин и женщин;
7. особенности мотивации к труду мужчин и женщин;
8. соотношение возможностей мужчин и женщин при приёме на работу в различных сферах деятельности;
9. соотношение уровней безработицы у мужчин и женщин.

Гендерная экономика основывается, в том числе и на изучении причин дискриминации в оплате труда женщин и вообще в значимости и в широте возможностей трудового потенциала женщин и мужчин. Многие женщины стараются более глубоко вступить в экономический процесс. Они имеют огромный потенциал для того, чтобы вносить свой вклад для развития экономики. Предлагая свой труд и желание работать, женщины соглашаются на более низкую заработную плату, чем мужчины. Разница в том, что мужчина не готов трудиться за меньшие деньги, а женщины спокойно пытаются занять эти места, чтобы приносить в дом какие-то денежные средства. Здесь возникает дискриминация в оплате труда. У женщин огромный спрос на работу, и они готовы трудиться за меньшие деньги. Учитывая социальные и демографические функции женщин, во внимание вступает то, что большинство из них не может трудиться, целый рабочий день. На женщине так же держится всё домашнее хозяйство, которое занимает огромную часть времени и мешает полностью влиться в экономический процесс. Это так же является одной из причин, почему женщины идут на менее оплачиваемую работу, поскольку высокооплачиваемые должности требуют полной отдачи сил и времени от сотрудника, чем женщина не богата. Мужчины в то время занимают высокопоставленные должности, уделяя практически всё свободное время работе и построению работы.

Литература:

1. Blau F., Ferber M., Winkler A. The Economics of Women, Men and Work. 3-d ed. New Jersey, 1998.
2. Pilcher, Imelda Whelehan. Gender // 50 Key Concepts in Gender Studies. — Sage, 2004
3. Материалы сайта: <http://a-z-gender.net/gender.html>
4. Блохина Н. А. Статья: «Понятие гендера: становление, основные концепции и представления». Электронный доступ [<http://www.gender-cent.ryazan.ru/bloхина.htm>]
5. Материалы сайта: <http://a-z-gender.net/gender.html>
6. Статья Александры Старостиной, РБК. Электронный доступ [<http://www.rbc.ru/economics/14/09/2012/669532.shtml>]
7. Top legislature amends law to allow all couples to have two children // Xinhuanet

8. Н. Баринов, Курс лекций «Политические идеологии». Электронный доступ: [http://nicbar.ru/ideologii_11.htm]
9. Феминизм в общественной мысли и литературе. — М.: «Грифон», 2006. — С. 76
10. Н. Баринов, Курс лекций «Политические идеологии». Электронный доступ: [http://nicbar.ru/ideologii_11.htm]
11. Материалы сайта: http://www.krugosvet.ru/enc/istoriya/feminizm.html?page=0,1
12. Материалы сайта: ru.wikipedia.org/wiki/Суфражистки
13. Echols, Alice. Daring to be bad: radical feminism in America, 1967–1975. — Minneapolis: University of Minnesota Press, 1989. — С. 416.
14. Материалы сайта: http://www.krugosvet.ru/enc/istoriya/feminizm.html?page=0,3
15. Third Wave Agenda: Being Feminist, Doing Feminism. — Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997
16. Brunell, Laura.. «Feminism Re-Imagined: The Third Wave». Encyclopedia Britannica Book of the Year.
17. Материалы сайта: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/sociologiya/GENDERNIE_ISSLEDOVANIYA.html
18. И. Р. Чикалова «Гендерный подход в науках о человеке и обществе: смещение исследовательских парадигм», С. 89–100.

Разработка алгоритма оценки кредитной нагрузки, оказываемой на заемщика, при заключении кредитных договоров

Мингалёв Кирилл Владиславович, студент

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

Проведён сравнительный анализ различных систем оценки стоимости кредитных договоров, определен ряд требований к разрабатываемому алгоритму оценки кредитной нагрузки, оказываемой на заемщика при заключении кредитных договоров, определены исходные данные для работы разрабатываемого алгоритма, разработан алгоритм для оценивания кредитной нагрузки, основанный на значении полной стоимости кредита и объеме финансовых потоков заемщика, определена концепция программного обеспечения, реализующего разработанный алгоритм — архитектура, набор функций и возможностей, предоставляемых пользователю, в соответствии с концепцией разработано программное обеспечение для оценки кредитной нагрузки, оказываемой на заемщика при заключении кредитных договоров.

Ключевые слова: кредитный договор, кредитная нагрузка, оценка кредитного договора, алгоритм.

Цель исследования: Повышение качества оценки кредитной нагрузки, оказываемой на заемщика, при заключении кредитных договоров за счет увеличения наглядности получаемой оценки и скорости оценивания путем автоматизированного анализа основных частей кредитных договоров.

На начальном этапе были сформированы требования к разрабатываемому подходу, для этого был проведен сравнительный анализ систем, реализующих оценку стоимости кредитных договоров, а именно: список систем.

Критериями для сравнения были приняты:

- наличие возможности учета дополнительных платежей;
- наличие возможности расчета эффективной процентной ставки;
- количество кредитов для одновременного сравнения.

Сравнение показало, что:

- половина из рассмотренных систем не учитывает эффективную процентную ставку, следовательно, не позволяет заемщику оценить реальную стоимость кредита и потенциальную кредитную нагрузку;

— ни одна из систем не учитывает денежные потоки (доходы, расходы, имеющиеся кредиты и др.) заемщика.

В результате к разрабатываемому подходу оценки кредитной нагрузки были сформулированы следующие требования:

- оценка кредитной нагрузки должна производиться с учетом всех обязательных дополнительных выплат и комиссий;
- оценка кредитной нагрузки должна производиться с учетом финансового состояния заемщика.

Также были сформулированы требования к разрабатываемому программному обеспечению, которое будет реализовывать разрабатываемый алгоритм:

- разработанное ПО должно обрабатывать кредитные договоры банков Российской Федерации;
- разработанное ПО должно обрабатывать кредитные договоры, заключаемые с физическими лицами;
- разработанное ПО должно обладать функционалом по сравнению до 3 кредитных договоров;
- разработанное ПО должно быть кроссплатформенным

В качестве оценки стоимости кредита была выбрана полная стоимость кредита (ПСК), которая включает в себя: платежи для погашения основной суммы и процентов, платежи по обслуживанию кредита и прочие обязательные по договору платежи, а также страховые взносы, если таковые являются обязательными. Размер ПСК рассчитывается индивидуально для каждого кредита и зависит от условий, выбранного клиентом кредита, суммы кредита и его срока.

Для удовлетворения второго требования, заключающегося в обязательности учета финансового состояния заемщика было решено в качестве входящих финансовых потоков использовать сумму заработной платы заемщика

или среднемесячный доход за предшествующий год (в случае, если источник дохода не один), а в качестве исходящих денежных потоков — среднюю за месяц сумму расходов за предыдущий год, включающую в себя также сумму прочих долговых обязательств заемщика.

Таким образом использование ПСК полностью перекрывает требование об учете дополнительных выплат, а выбор описанных выше входящих и исходящих финансовых потоков удовлетворяет второму требованию, так как в достаточной степени характеризуют финансовое состояние заемщика.

В результате был разработан алгоритм, представленный в виде блок-схемы на рисунке 1.

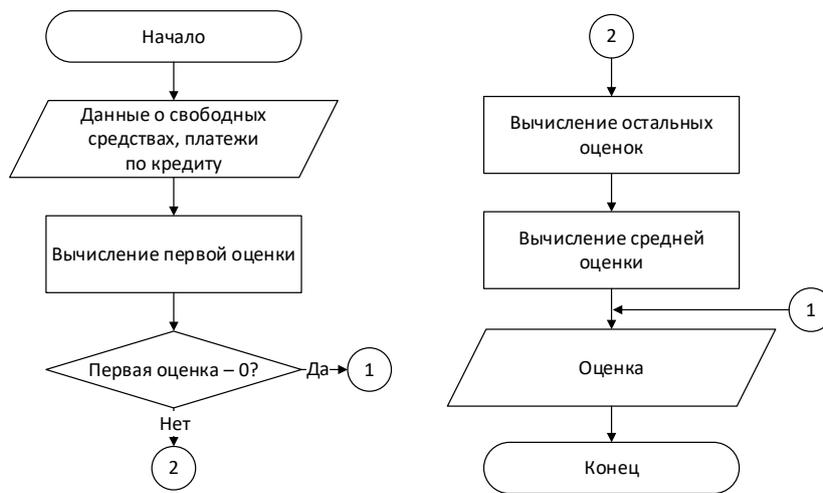


Рис. 1. Блок-схема алгоритма оценивания

Непосредственно процедура вычисления оценки состоит из следующих этапов:

1. Вычисляется значение, равное отношению выплаты по кредиту к свободным средствам, умноженному на 100 (в рамках одного месяца);
2. Далее, имеется некий перечень интервалов (диапазонов), в один из которых вычисленное ранее значение может попасть. Диапазоны могут быть разной длины, при этом, каждый такой диапазон имеет свой вес;
3. Определяется в какой из диапазонов попало вычисленное значение;
4. После этого вычисляется сумма максимально возможных значений предыдущих диапазонов (т. е. произведение длины диапазона и его веса) и значение выбранного диапазона, равное разности вычисленного на первом шаге отношения и левой границы диапазона, умноженной на вес диапазона.

Таким образом, полученная оценка является комплексным показателем кредитной нагрузки, оказываемой на заемщика после оформления кредита, и учитывающим не только стоимость кредита и его обслуживания, но и финансовое положение заемщика.

Для разработки была выбрана клиент-серверная архитектура ПО, а именно было решено разрабатывать

веб-приложение, так как данное решение: во-первых, позволяет перенести функционал по обработке и хранению данных пользователей на сервер, что в свою очередь снижает требования к системе пользователя и удовлетворяет требованию о наличии в ПО возможности по сравнению нескольких договоров; во-вторых, позволяет предоставлять пользователям возможность получать доступ к своим данным с нескольких устройств; в третьих, позволяет разрабатываемому ПО быть кроссплатформенным и не зависеть ни от операционной системы пользователя, ни от платформы как таковой (мобильное устройство, ПК т. д.).

Для создания пользовательского интерфейса (клиентской части) разрабатываемого ПО использовались:

- язык описания внешнего вида документов CSS для оформления внешнего вида интерфейса;
- язык разметки HTML для верстки — создания структуры интерфейса;
- язык программирования JavaScript и библиотека для создания пользовательских интерфейсов ReactJS от компании Facebook для добавления в интерфейс интерактивности.

Для создания серверной части приложения были выбраны:

- документоориентированная СУБД MongoDB;

- фреймворк для создания веб-приложений Express.js.
- Была разработана клиентская часть ПО, состоящая из следующих основных частей:
 - страница входа и регистрации;
 - страница для проведения оценки кредитного договора, на которой пользователю предлагается ввести данные об условиях интересующего его кредитного договора и его финансах, на основании которых рассчитывается оценка кредитной нагрузки, оказываемой на заемщика при заключении описанного договора;
 - страница с историей сохраненных пользователем оценок различных кредитных договоров, на которой пользователь может просмотреть сохраненные им в прошлом результаты оценивания кредитных договоров, а также выбрать до трех результатов для более подробного сравнения.

На заключительном этапе была разработана серверная часть ПО, реализующая алгоритм, разработанный на предыдущих этапах работы:

- создана база данных с коллекциями для хранения учетных данных пользователей и данных о сохраненных пользователями результатах оценивания.
- разработано API, реализующее возможности регистрации и авторизации пользователей
- разработано API, реализующее возможности по: оценке кредитной нагрузки на основе ранее разработанного алгоритма; сохранению результатов оценивания в БД; просмотру сохраненных в БД результатов оценивания

В заключение с помощью разработанного ПО были рассчитаны оценки кредитной нагрузки для ряда кредитных договоров. Результаты представлены на рисунках 2–3.

История оценок		Сравнение		
		"Ремонт"	"Ремонт"	"Ремонт"
Банк		Сбербанк	ВТБ	Альфа-банк
Сумма		500000	500000	500000
Ставка %		12.9	11.9	17
Доп. выплаты (Единовременно)		-	20000	-
Доп. выплаты (Ежемесячно)		-	-	-
Оценка		1.3	0	1.2

Рис. 2. Сравнение рассчитанных оценок

История оценок		Сравнение	
		"Ноутбук"	"На macbook"
Банк		Сбербанк	Сбербанк
Сумма		120000	150000
Ставка %		13	11.9
Доп. выплаты (Единовременно)		-	-
Доп. выплаты (Ежемесячно)		-	-
Оценка		4.4	3.3

Рис. 3. Сравнение рассчитанных оценок

Взаимосвязь инновационной деятельности и конкурентоспособности предприятия

Мякотин Максим Петрович, магистр

Новосибирский государственный университет экономики и управления

Как показывает мировой опыт, устойчивое развитие предприятия во многом определяется его возможностью к внедрению инноваций. Именно способность своевременно внедрять инновации позволяет предприятию эффективно функционировать и выпускать конкурентоспособную продукцию.

Модернизация экономики России, развитие и укрепление ее позиций на мировом рынке, повышение конкурентоспособности отечественных предприятий невозможны без активизации инновационной деятельности и формирования конкурентных преимуществ, которые должны охватывать все стадии производства, начиная с проектирования и заканчивая реализацией продукции. Однако на практике далеко не все российские предприятия используют инновации в своей деятельности, а также не готовы к ним или не способны к их внедрению. Именно поэтому вопрос о инновационном развитии российских предприятий, а также повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции и предприятия в целом в настоящее время является достаточно актуальным.

Вопросом взаимосвязи инновационной деятельности и конкурентоспособности посвящено достаточно много научных работ и публикаций, среди наиболее фундаментальных можно отметить работы Баширова Э. К., Портера М. Е., Сергеевой С. А., Тершиной Н. П., Подсорина В. А., Чурсина А. А., Соловьева В. П. и др. Именно их работы легли в основу написания данной статьи.

Цель данной статьи — выявить влияние инноваций на конкурентоспособность предприятия.

Как показывает практика между конкурентоспособностью и инновациями существует прямая взаимосвязь. Предприятия внедряющие инновации имеют возможность не только реализовывать продукцию, пользующуюся спросом, но и снижать издержки за счет современных технологий. При прочих равных условиях, предприятие первым внедрившее инновационные разработки будет обладать большими преимуществами по сравнению с конкурентами как перед потенциальными потребителями, так и перед инвесторами.

При выборе определенных инноваций предприятия отдают предпочтение тем, которые приемлемы для их производственного процесса, а также являются нестандартными, креативными и в силу этой уникальности обеспечивают высокий экономический эффект от внедрения [3].

Необходимо отметить, что не все инновации касаются именно производственного процесса, некоторые из них изначально представляют конкурентные преимущества, дают возможность занять определенную рыночную нишу или захватить сегмент потребителей, которые ранее были недоступны ни рассматриваемому предприятию, ни их кон-

курентам. В том случае если конкуренты не способны своевременно отреагировать, то это обеспечить предприятию гарантированный успех и выведет его на новый уровень, обеспечив высокую конкурентоспособность.

Мировой рынок знает множество примеров, когда инновации положительно отражались на положении предприятия среди потенциальных конкурентов. Так например японские компании в области машиностроения одними из первых разработали малолитражные автомобили, сделав упор на то, что они очень маневренные и экономичные. Производители Honda так же одни из немногих компаний которые свои разработки в области машиностроения успешно внедряют при производстве мотоциклов, тем самым создавая модели, выгодно отличающиеся как по дизайну, так и по техническим характеристикам [2].

Именно поэтому можно сделать вывод о том, что для того, чтобы инновация обеспечивала ожидаемый эффект, необходимо внедрять ее стратегически правильно, только в этом случае она положительно отразится на повышении конкурентоспособности предприятия. Схематично влияние инноваций на конкурентоспособность представлено на рисунке 1.

Из данного рисунка можно сделать вывод, что между инновациями и конкурентоспособностью существует прямая зависимость. Инновации — это прямой путь к конкурентоспособности, так как «последствиями» внедрения инноваций могут быть не только положительный эффект для финансовых результатов деятельности предприятия — это снижение издержек, рост прибыли, но и внешние эффекты — повышение лояльности клиентов, улучшение имиджа, рост инвестиций, выход на новые рынки и т. д.

Таким образом, выживаемости субъектов рынка в конкурентной борьбе способствует инновационная деятельность. Конкуренция и инновации диалектически взаимосвязаны и дополняют друг друга, так как,

- во-первых, конкуренция — главный фактор восприимчивости субъекта рынка к техническим новинкам;
- во-вторых, конкуренция вынуждает предпринимателя постоянно искать и находить новые виды продуктов и услуг, которые нужны потребителям и могут удовлетворить их потребности;
- в-третьих, конкуренция способствует тому, что предприниматели стараются освоить продукцию высокого качества по ценам рынка с целью удержания потребителей;
- в-четвертых, конкуренция стимулирует использование наиболее эффективных способов производства;
- в-пятых, конкуренция вынуждает предпринимателей оперативно реагировать на желания потребителей;

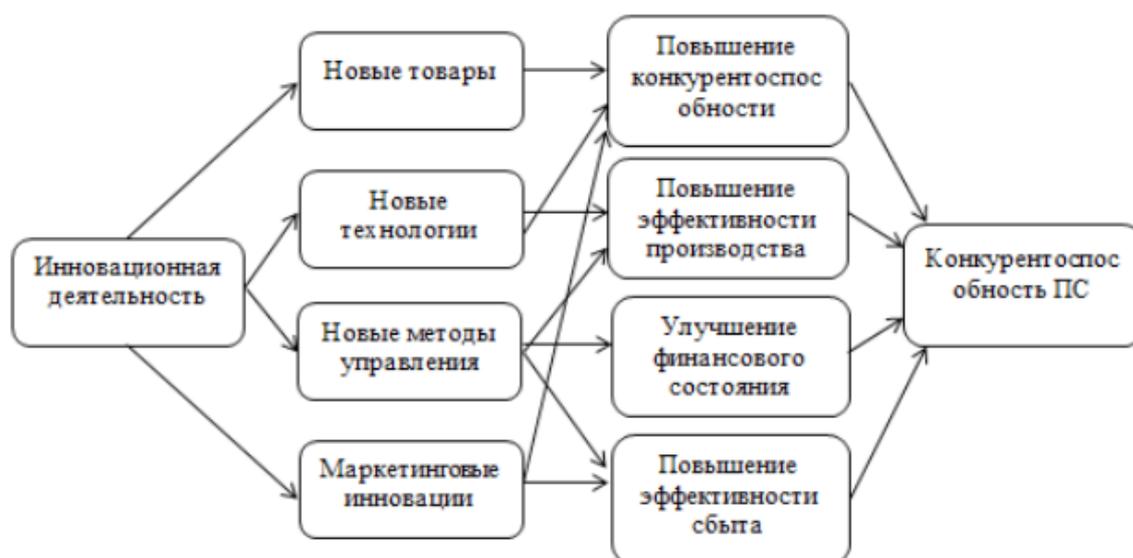


Рис. 1. Взаимосвязь инновационной деятельности и конкурентоспособности предпринимательской структуры [1]

— в-шестых, конкуренция обеспечивает высокий доход тому, кто упорно и производительно трудится [4].

Повышенный интерес к инновациям в настоящее время объясняется просто — именно инновация способна оказать значительный эффект в процессе конкурентной борьбы. Эффект от большинства инновационных проектов в разы превышает эффект, который можно достичь посредством внедрения каких-либо других мероприятий по оптимизации деятельности. На практике предприятие, внедрившее инновации, развивается большими темпами по сравнению с конкурентами, при этом долгое время может не терять лидирующих позиций.

Подводя итог данного исследования можно сделать вывод о том, что предприятия, которые формируют стратеги-

ческое поведение на основе инновационного подхода, где главной целью является освоение новых технологий, производство новых товаров и услуг, имеют возможность добиться на рынке лидерского положения, сохранить высокие темпы развития, снизить уровень издержек, достигнуть высокого уровня прибыли. Эффект, полученный от внедрения инноваций, повышает эффективность деятельности предприятия и существенно упрочняет ее конкурентные преимущества на внутреннем и мировом рынках.

В настоящее время именно инновационная деятельность является решающим фактором в конкурентной борьбе, обеспечивающим условия для устойчивого долгосрочного развития.

Литература:

1. Ильенкова С. Д. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / С. Д. Ильенкова. — М.: Юнити, 2003. — 186 с.
2. Потокина С. А., Бочарова О. Н., Ланина. О. И. Конкурентоспособность предприятий и способы ее повышения в условиях реализации инновационной деятельности / Проблемы социально-экономического развития России на современном этапе: материалы VI Ежегодной Всероссийской научно-практической конференции (заочной): в 2 частях. Часть 2 / М-во обр. и науки РФ; ФГБОУВПО «Тамб. гос. ун-т им. Г. Р. Державина»; отв. ред. А. А. Бурмистрова. Тамбов: Изд-во ТРОО «Бизнес-Наука-Общество», 2013. — 398 с.
3. Чурсин А. А., Соловьев В. П. Влияние инноваций на механизмы управления конкурентоспособностью // Инновации. 2013. — № 3 (173). — С. 54–60.
4. Шаренков С. Б. Формирование процессных инновационных проектов предприятиями РФ / Шаренков С. Б., Черкасов М. Н. / Экономика и современный менеджмент: теория и практика. — 2014. — № 34. — С. 201–205.

Формирование новых подходов и туристских продуктов в рамках организации туристской деятельности в Удмуртии

Субботина Елена Владимировна, студент магистратуры
Удмуртский государственный университет (г. Ижевск)

В статье анализируется один из наиболее динамично растущих секторов мировой экономики — туризм. Уровень развития туристской индустрии может оцениваться как один из показателей качества жизни в Удмуртской Республике. Анализируются основные показатели развития туризма в Удмуртской Республике, оцениваются перспективы и делается вывод, что Удмуртская Республика располагает огромным потенциалом для развития этих видов туризма. Анализируются существующие структурные проблемы, сдерживающие развитие этих видов туризма.

Ключевые слова: туризм, внутренний туризм, туристические направления, туристская инфраструктура, туристский продукт, туристический бренд, подходы развития.

Сегодня туризм является фундаментальной основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира. В настоящее время, он превратился в индустрию международного масштаба, занимающую по доходам третье место среди крупнейших экспортных отраслей экономики, уступая лишь нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению.

Туризм по праву считается одним из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей экономики, являясь активным источником поступлений иностранной валюты, и оказывает влияние на платежный баланс страны. Помимо влияния на экономику многих стран, международный туризм воздействует на их социальную, культурную и экологическую среду. Поэтому неслучайно, что интерес к этой деятельности возрастает с каждым годом, вовлекая в нее практически все страны мира, в том числе и Россию.

По прогнозу Всемирной Туристской Организации к 2020 году Россия может войти в первую десятку стран — самых популярных направлений туризма. Удмуртская Республика также обладает достаточно большим туристским потенциалом, предпосылками для развития туризма, особенно в области культурно-познавательного, санаторно-курортного, активного и промыслового туризма [5].

Удмуртия обладает такими известными брендами как: «Автомат Калашникова», «Оружейная кузница России», «Родина П. И. Чайковского», «Надежда Дурова», но все они используются малоэффективно. До недавнего времени в регионе даже не было документа, который предполагал бы план развития туризма. Если сравнить Удмуртию с соседними регионами, то выяснится, что в плане туризма республика значительно отстает. Поэтому, проблема развития новых подходов и туристических продуктов в рамках туристского комплекса в регионе сейчас очень актуальна.

В апреле 2013 года Правительством Российской Федерации была утверждена государственная программа «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы. Одна из основных целей Программы — развитие туризма для приобщения граждан к мировому культурному и природному наследию. Важной задачей является повышение качества и доступности услуг в сфере внутреннего и между-

народного туризма [1]. Также Правительством РФ реализуется федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», которая стала основанием для разработки республиканской программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012–2018 годы». Целью Программы является формирование благоприятных и комфортных условий для создания современной конкурентоспособной туристской отрасли на территории региона [2].

Почти все страны мира имеют свой туристический бренд, который бы ассоциировался у туристов с определенной страной. Россия такого бренда не имеет. По инициативе Федерального агентства по туризму, с июня по декабрь 2016 года был проведен первый этап открытого Всероссийского конкурса «Туристический бренд России». Участники данного конкурса должны придумать некие комбинированные обозначения (бренд), в состав которых входят изобразительные и словесные элементы. Данный бренд должен обеспечить узнаваемость Российской Федерации как привлекательного туристического центра и способствовать продвижению отечественного туристского товара [4].

Л. С. Гаврилова в своей статье писала: «Привлекательным ресурсом для развития внутреннего и въездного туризма, является богатая история и культура удмуртского народа. В республике находится 40 музеев, 7 театров, 8 концертных организаций и самостоятельных коллективов, 685 культурно-досуговых учреждений, 304 памятника истории и культуры, из них 39 — федерального значения, зоопарк и цирк» [6].

Музейно-выставочный комплекс имени М. Т. Калашникова, предоставляет экскурсии и демонстрирует новую технику.

Природную и историко-культурную среду, где развивался удмуртский этнос, можно увидеть в архитектурно-этнографическом музее «Лудорвай», интересно будет посетить музей-заповедник «Индакар». Городище «Индакар» (9–13 вв.) — уникальный памятник, который является одним из крупнейших в Прикамье, он сможет окунуть в историю и быта финно-угорского народа, также он был включен в список особо охраняемых памятником археологии [9].

В докладе МИД РФ говорится, что: «Городу Сарапулу присвоен статус исторического города, где центральная часть застроена зданиями XIX века. В городе находятся более ста памятников природы и архитектуры, музейно-выставочный комплекс «Дача Башенина» является одним из наиболее интересных зданий» [10].

Сентябрь 2008 года знаменателен для республики тем, что был открыт Государственный зоологический парк Удмуртии. В зоопарке созданы условия для животных, приближенные к природной естественной среде обитания. Занятая им площадь более 17 га. По разнообразию, уникальности живущих там представителей более 200 экземпляров: 68 видов птиц и млекопитающих, большинство из них (59 видов) занесены в Международную Красную книгу и 15 занесено в Российскую. С 2008 года посетителей зоопарка насчитывается более 3 млн человек [3;9].

Сельский туризм (агротуризм) в России распространяется довольно быстро, этому способствовали ресурсы местности, местные обычаи и культура разных народов, завораживающие пейзажи, свежий воздух. Из-за стремительного развития мегаполисов, люди стремятся поменять образ жизни, отдохнуть и побыть подальше от суеты. Привлекательными чертами является тишина, чистый воздух, первозданная красота, нетронутая человеком природа и отдых от суеты современного мира.

Стремительно быстрый и развивающийся потенциал для развития круизного туризма можно наблюдать в Удмуртской Республике. Путешествия будут организованы по р. Каме из порта г. Сарапула, и следовать по следующим рекам: Волга, Дон, Черное и Азовское море. Круизный туризм всегда был популярен и в силу своих возможностей будет всегда интересен отдыхающим. Но в республике развитие этого направления ограничивается тем, что суда и причальная инфраструктура изношена, и затруднение прохода на водных путях [6].

Зимние и летние виды активного отдыха в республике также получают развитие и популярность, к ним можно отнести: горнолыжный, конный, велосипедный и водный спорт, спортивно-оздоровительный туризм. Данными видами можно заняться в спортивно-оздоровительном лыжном комплексе имени Г. А. Кулаковой, спортивно-туристском центре «Нечкино» [6;8].

Туристский потенциал Удмуртской Республики продвигают на российском и международном уровне с 2013 года. Л. С. Гаврилова отмечает: «Республика была представлена на 9 выставках, в том числе международных — выставке-ярмарке туризма «Balttour-2013» в г. Риге (Латвия), выставках «Интурмаркет» и «Отдых/Leisure» в г. Москве.

В г. Ижевске была проведена Всероссийская специализированная выставка «Туризм. Спорт. Отдых», которая по итогам конкурса Фестиваля туристских ресурсов Приволжского федерального округа «Открой Приволжье» была признана лучшей в округе. Участие «Бурановских бабушек» в конкурсе «Евровидение-2012» также способствовало повышению интереса к нашей республике» [4;6].

Таким образом, Удмуртская Республика имеет потенциал для развития познавательного и экскурсионного туризма. Для туристов в республике имеются предприятия размещения, питания и досуга. Памятники, заводы и музеи города будут интересны жителям Удмуртии и соседних регионов. Но для их привлечения нужны не только инвестиции в туристскую отрасль, но и рекламная деятельность по продвижению туристских объектов.

Переходя к заключению, нужно еще раз отметить, что во многих странах туризм является основной статьей пополнения государственного бюджета.

В России же, с её уникальной природой, историей, культурой, туризму уделяется недостаточное внимание. Сложнее всего обстановка в нетуристских регионах страны, таких как Удмуртская Республика. Несмотря на то, что мы обладаем брендами, известными всей России, а некоторыми и всему миру, въездной туризм в Удмуртии находится на крайне низком уровне [7].

Практически во всех районах республики есть памятники истории и культуры федерального значения, но интерес к ним у населения недостаточно высок. Это связано, прежде всего, с неразвитой туристской инфраструктурой, недостаточным информированием о существующих туристских маршрутах, отсутствием целенаправленной работы по вовлечению населения республики в туризм как форму проведения досуга.

Также необходимо присвоить статус памятника всем исторически-значимым объектам, реставрировать, а не сносить их из-за ветхого состояния. Так, например, два города — Елабуга и Сарапул имеют схожую историческую и культурную значимость, оба города в прошлом претендовали на роль столицы Прикамья, но сейчас Елабуга является туристским центром региона, который известен всей стране.

В Сарапуле же дела обстоят иначе: многие памятники истории и культуры города находятся в полуразрушенном состоянии, городская инфраструктура оставляет желать лучшего. Но это проблема не только данного города. Они существуют и в других районах Удмуртии. Однако это положение можно исправить путем разработки целевых программ развития и реализации их с помощью частичного бюджетного финансирования, а также привлечения частного сектора.

Литература:

1. Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы от 15 апреля 2014 г. № 317 [КонсультантПлюс].
2. Республиканская целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012–2018 годы» от 4 июня 2012 г. № 237 [КонсультантПлюс].

3. Сведения о деятельности туристских фирм. Статистический бюллетень. — Удмуртстат. Ижевск, 2014. — 22 с.
4. Паспорт социально-экономического развития Удмуртской Республики 2013 год. [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.economy.udmurt.ru> (дата обращения: 03.05.2018)
5. Официальный сайт Всемирной туристской организации — ЮНВТО [Электронный ресурс]. — URL: <http://unwto.org> (дата обращения: 03.05.2018)
6. Основные тенденции развития туризма в удмуртской республике [Электронный ресурс]. — URL: <http://docplayer.ru/33554928-Osnovnye-tendencii-razvitiya-turizma-v-udmurtskoy-respublike.html> (дата обращения: 07.05.2018)
7. Современное состояние и перспективы развития индустрии туризма в Удмуртии [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-industrii-turizma-v-udmurtii> (дата обращения: 04.05.2018)
8. Краеведческие туры по Удмуртской Республике // ВЦ «Галерея». URL: www.centrgalereya.ru/tourism (дата обращения: 05.05.2018)
9. О развитии туризма в УР // Сайт Источник. URL: <http://istochnik.org/index.php/turizm/item/67-o-razvitiiturizma-v-ur> (дата обращения: 05.05.2018)
10. О развитии туризма в Удмуртской Республике // Сайт МИД России. URL: http://www.mid.ru/ru/maps/ru/ru-ud/-/asset_publisher/Md4x0UNYU8H6/content/id/711978 (дата обращения: 07.05.2018)

Возможность применения облачного хранилища для проведения опросов

Тишина Алиса Романовна, студент магистратуры

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

Для выявления интересующих нас глубинных проблемных сфер, происходящих в компании, нами был проведен опрос руководителей организации ООО «Южные Транспортные Линии». Нами было опрошено пять чело-

век. Было предложено выбрать пять наиболее проблемных областей стратегии управления персоналом и потом среди выбранных ответов распределить 100 баллов. Результаты этого опроса приведены ниже в таблице 1.

Таблица 1. Оценка частей стратегического управления персоналом ООО «Южные Транспортные Линии»

Составляющие стратегии	Сумма
Условия труда, техника безопасности персонала	0
Реулоирования трудовых отношений	35
Методы разрешения производственных и социальных конфликтов	10
Разработка кодекса деловой этики	30
Политика занятости в организации	20
Профорентация и адаптация персонала	30
Кадровый потенциал	20
Методы прогнозирования и планирования потребности в персонале	30
Разработка новых профессионально-квалификационных требований к персоналу	0
Новые методы и формы отбора, деловой оценки и аттестации персонала	0
Разработка концепции развития персонала	0
Совершенствование механизма управления трудовой мотивацией персонала	150
Разработка новых систем и форм оплаты труда, материального и нематериального стимулирования работников	145
Разработка новых и использование существующих мер социального развития организации	15
Совершенствование информационного обеспечения кадровой работы	35
Мероприятия по совершенствованию всей системы управления персоналом или ее отдельных подсистем и элементов	0

Среди 16 позиций эксперты выявили наиболее значимые для них (таблица 2)

Таблица 2. Оценка реализации частей стратегического управления персоналом ООО «Южные Транспортные Линии»

Составляющие стратегии	Сумма
Регулирования трудовых отношений	35
Методы разрешения производственных и социальных конфликтов	10
Разработка кодекса деловой этики	30
Политика занятости в организации	20
Профорентация и адаптация персонала	30
Кадровый потенциал	20
Методы прогнозирования и планирования потребности в персонале	30
Совершенствование механизма управления трудовой мотивацией персонала	150
Разработка новых систем и форм оплаты труда, материального и нематериального стимулирования работников	145
Разработка новых и использование существующих мер социального развития организации	15
Совершенствование информационного обеспечения кадровой работы	35

В таблице 2 нами приведены экспертные оценки 16 составляющих стратегического управления персоналом. Как мы видим из таблицы, наиболее проблемным и требующим совершенствования эксперты выделили пункт:

— Совершенствование механизма управления трудовой мотивацией.

Для устранения данной проблемы нами была предложена система выявления трудовой мотивации у сотрудников, для этого мы будем использовать построение мотивационного профиля работников.

Мотивационный профиль — это методика, позволяющая выявить тип мотивации конкретного работника в определенный период времени, а также скрытые типы, присутствующие сотруднику и которые могут проявиться, при значимом изменении ситуации в организации.

Основной трудностью применения методики построения мотивационного профиля является быстрая смена потребностей сотрудников. Поэтому специалисту по работе с персоналом рекомендуется проводить анкетирование систематически. Для этого в ООО «Южные Транспортные Линии» нами была разработана своя методика для построения мотивационного профиля (создание анкеты-опросника), которая будет учитывать специфику области деятельности организации.

Опишем реализацию этого мероприятия более подробно: Для создания анкеты-опросника мы использовали облачное хранилище Microsoft OneDrive, доступ к которому является открытым для всех зарегистрированных пользователей и его можно найти через любую поисковую систему. (рис.1)

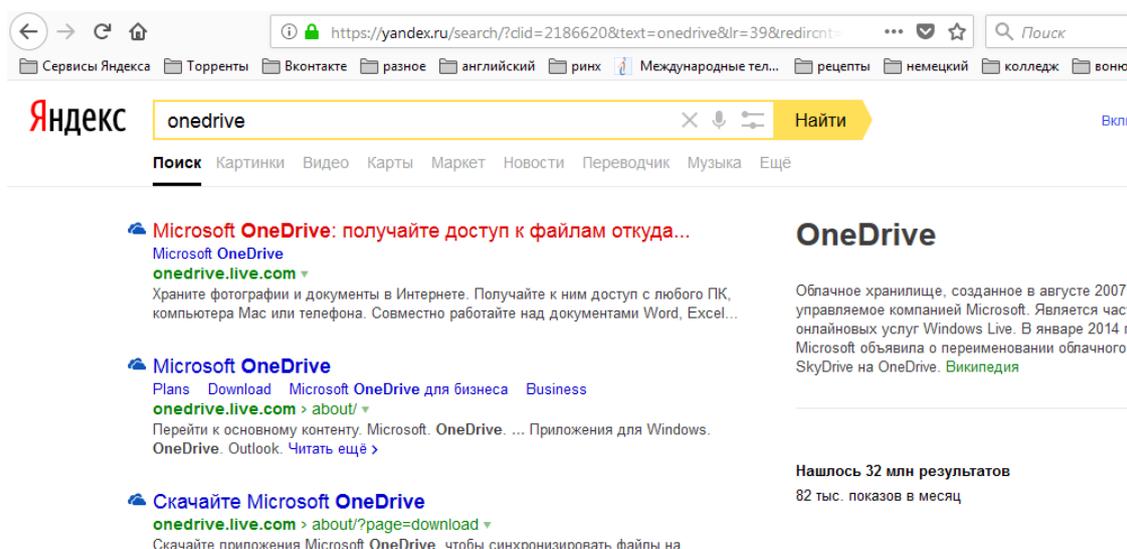


Рис. 1.

Для доступа к облачному хранилищу необходимо пройти регистрацию по созданию своей учетной записи или же осуществить вход в нее, если такая учетная запись уже имеется. (рис.2)

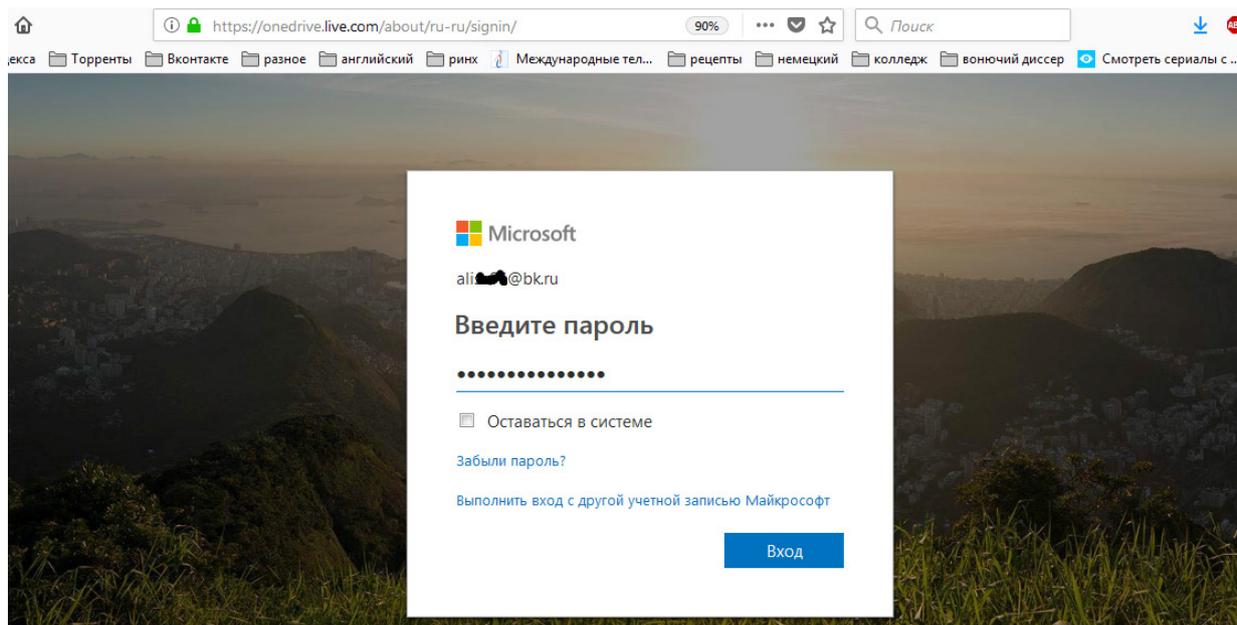


Рис. 2.

Далее мы выберем инструмент «Создать» и из предложенного списка выберем создание Опроса Excel. (рис.3)

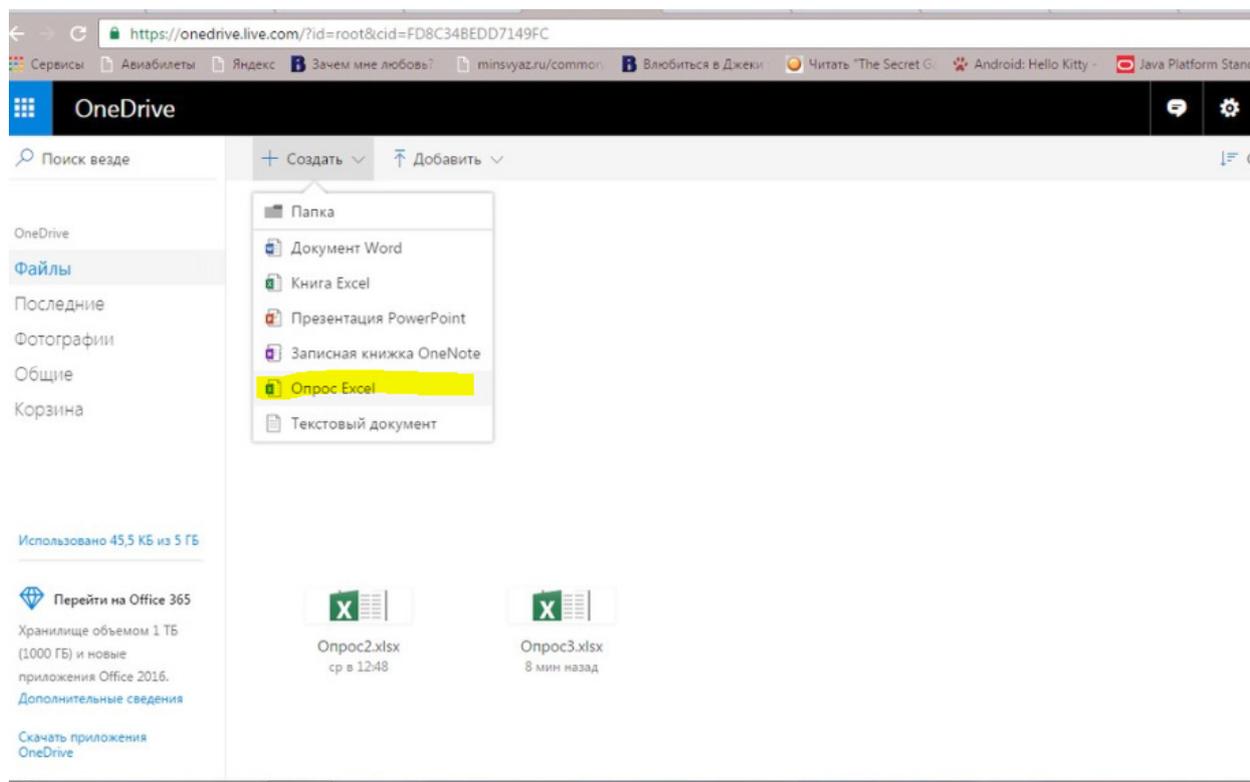


Рис. 3.

Затем в появившемся окошке мы введем названия для опроса и также его описание. (рис.4)

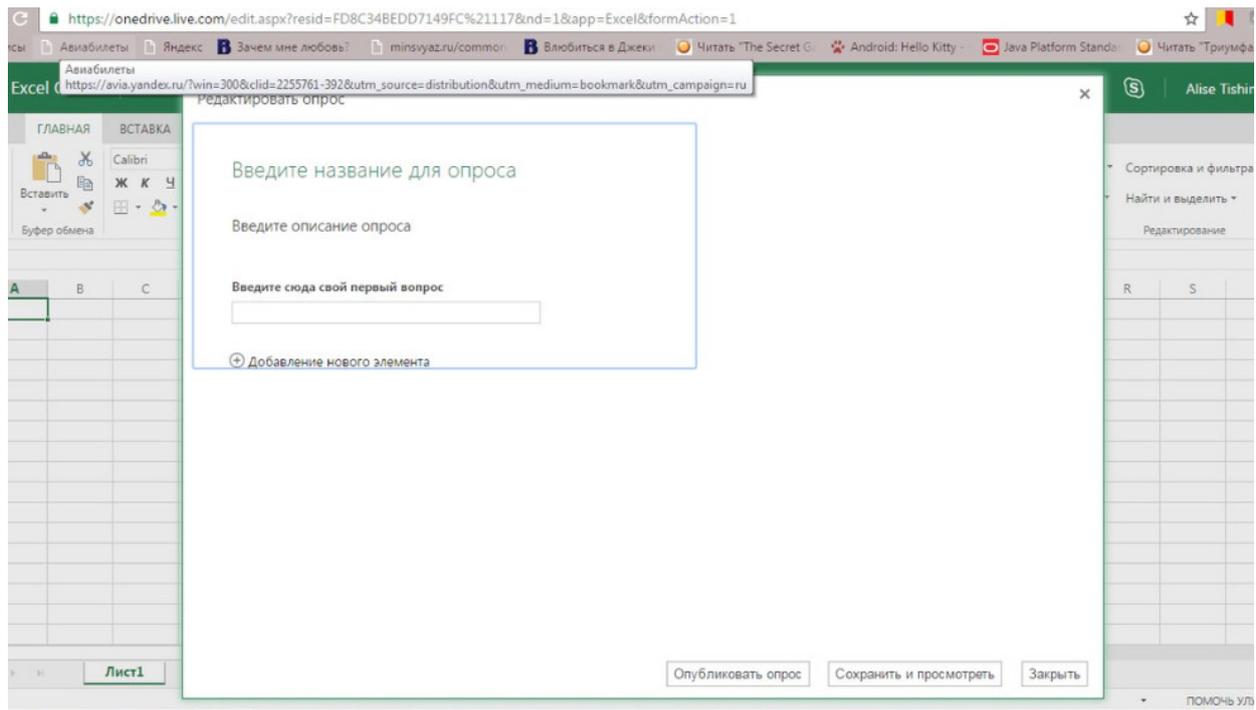


Рис. 4.

Следующим шагом будет создание самого опроса, описание вопроса, подзаголовка и типа отклика на него. (рис.5)

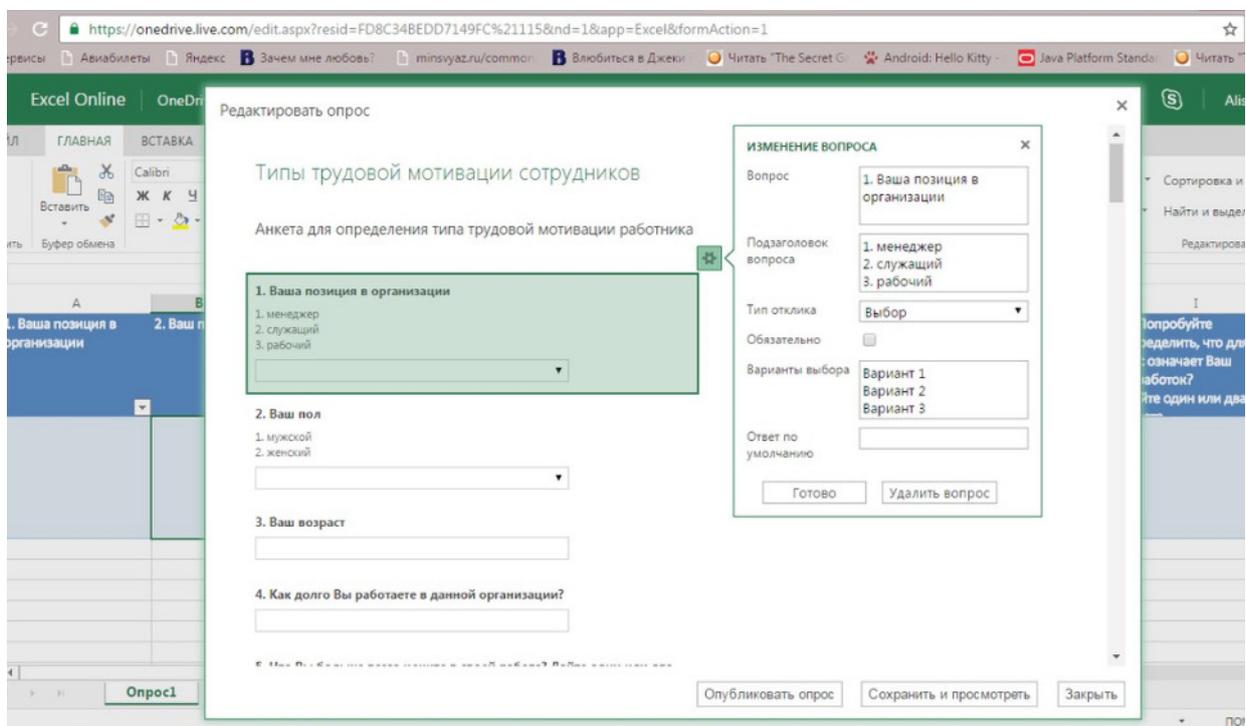


Рис. 5.

Мы можем увидеть предпросмотр опроса, который в дальнейшем увидят сотрудники организации ООО «Южные Транспортные Линии» (рис. 6).

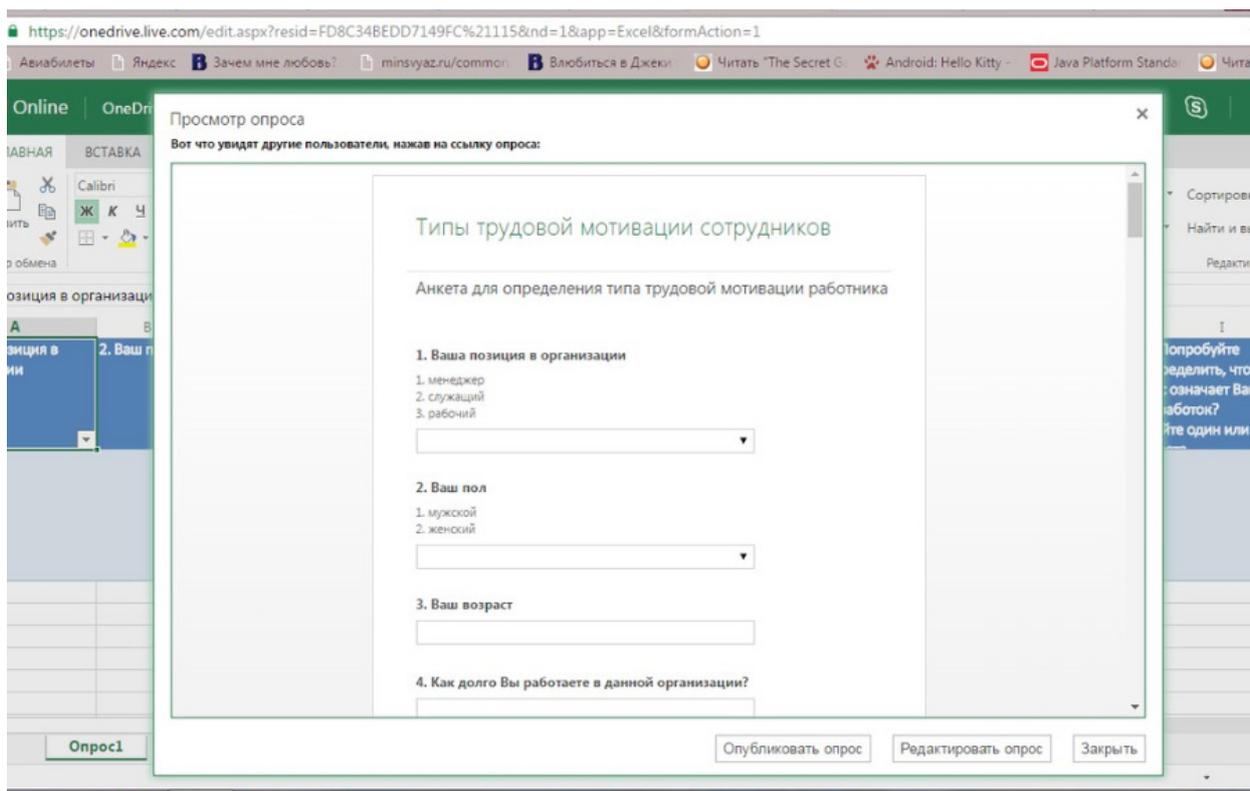


Рис. 6.

По завершению процедуры создания опроса, мы опубликовали его в облачном хранилище и получили активную ссылку, которую в дальнейшем отправили на почту сотрудникам организации ООО «Южные Транспортные Линии» для прохождения данного опроса. (рис.7)

<https://onedrive.live.com/survey?resid=FD8C34BEDD7149FC1115&authkey=!AEeZV2WYeHubX28>

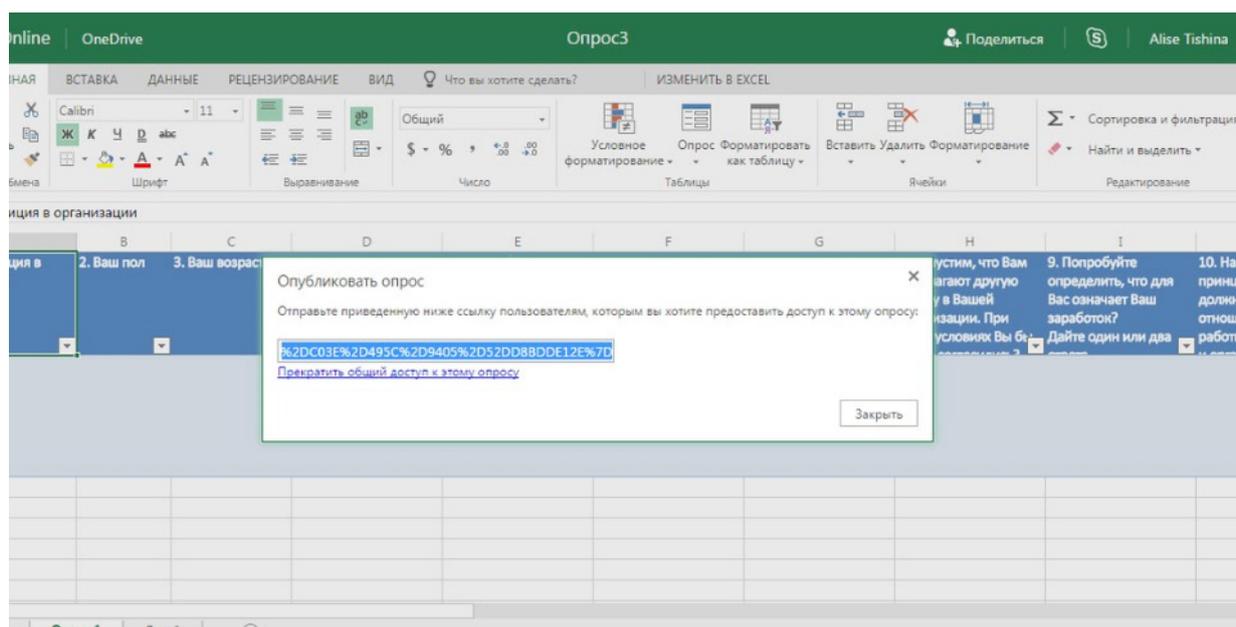


Рис. 7.

Готовый и заполненный опрос выглядит следующим образом: (рис. 8–9)

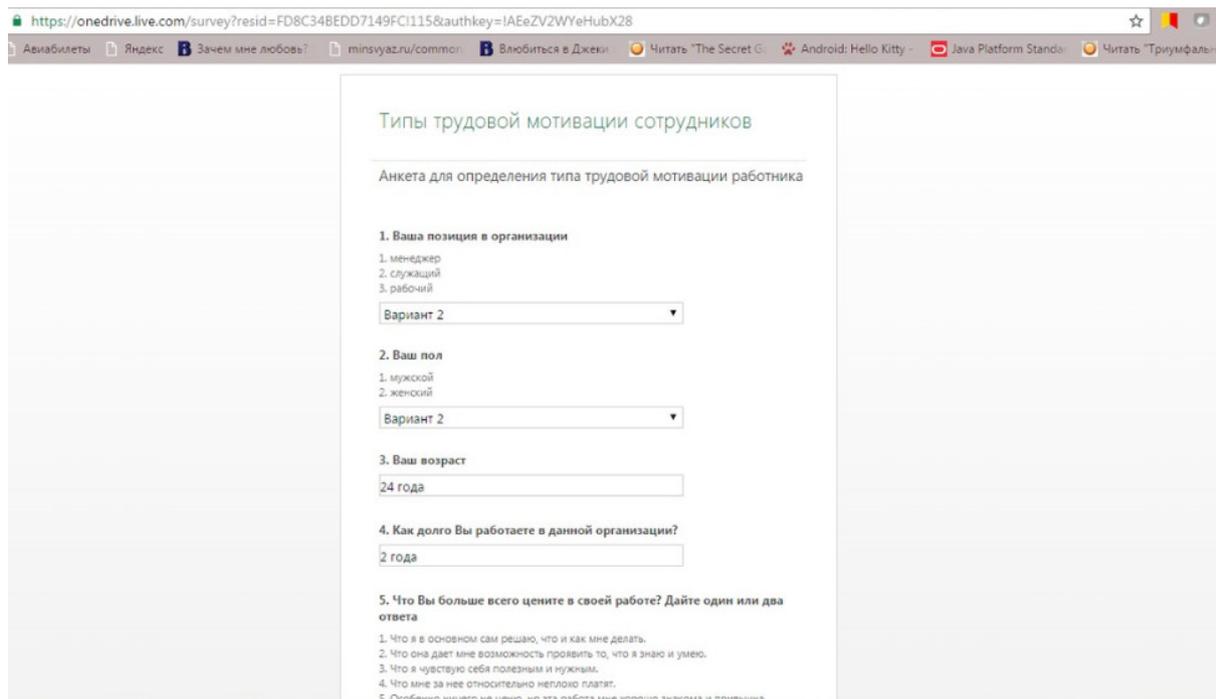


Рис. 8.

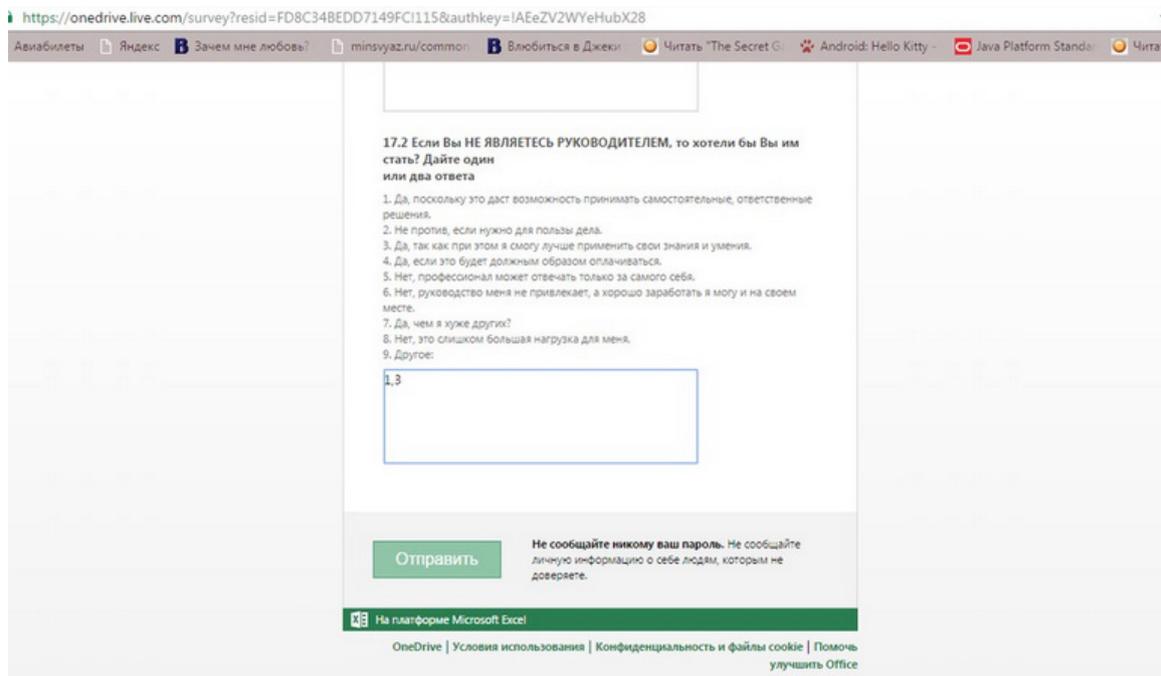


Рис. 9.

Ответы сотрудников, прошедших опрос, отображаются в сводной таблице опроса Excel, что можно увидеть на следующем рисунке. (рис.10)

2. Тест-опросник: Мотивация и стимулирование персонала. Анкета для определения типа трудовой мотивации работника. Психология счастливой жизни. URL: <https://psycabi.net/testy/536-test-oprosnik-motivatsiya-i-stimulirovanie-personala-anketa-dlya-opredeleniya-tipa-trudovoj-motivatsii-rabotnika>

Формирование будущего цифровой экономики и общества

Шмидт Мария Александровна, магистр

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

В статье рассматриваются проблемы развития «Цифровая экономика», как происходит переход к информационному обществу, как воздействует Интернет-технология на создание и ведение бизнеса.

Ключевые слова: интернет-экономика, интернет-платформа, цифровая экономика, SMM-менеджер, интернет-маркетологи

The article deals with the problems of development of «Digital economy», as the transition to the information society, as the impact of Internet technology on the creation and conduct of business.

Keyword: the Internet economy, the Internet platform, the digital economy, SMM—Manager, Internet marketers

Современный человек живет в очень быстро развивающемся мире, где каждые полгода меняются тенденции и направления в различных сферах. Жизненный цикл товара, наравне с жизненным циклом организации сокращается в разы. Интернет за недолгое время смог не только заменить телевидение, но уже создает платформы, где можно спокойно покупать товары и услуги. С развитием технологий и рынка, различные онлайн площадки в интернете вполне могут заменить людям рабочие места. Сегодня каждый может с легкостью найти для себя как мелкие проекты, так и полностью полноценно реализовать свой бизнес в интернете.

Довольно часто в обществе возникает вопрос, как же именно следует регулировать распространение информации, контента и продвижение различных товаров или услуг в интернете. Возможно, потребуется перестроить существующие институты и нормы, чтобы эффективно реагировать на быстрые темпы цифровых изменений и на характер этих изменений. В свою очередь, принятые сегодня решения будут формировать мир для будущих поколений, а одним из главных факторов здесь выступает сотрудничество и инновации для формирования дальнейшего общества.

Различные интернет-платформы могут изменять способ взаимодействия между субъектами рыночных отношений. Особенно это касается сферы B2B, где они представляют собой уникальный способ ведения бизнеса, растут в геометрической прогрессии по размеру и важности, и обеспечивают беспрецедентные возможности для создания стоимости. Однако не стоит забывать и о том, что прямо пропорционально с развитием новых возможностей, растут и риски.

Преимущество в сфере коммуникаций и ведения бизнеса в интернете справедливо принадлежит мелкому и среднему бизнесу, ведь эти компании в силу объективных обстоятельств гораздо мобильнее реагируют на изменение рынка и на изменение запросов потребителей. Гораздо тя-

желее себя чувствуют представители крупного бизнеса, которым, в прочем, тоже приходится делать упор на выстраивание коммуникаций с потребителями именно в интернете. В противном случае, крупные компании рискуют остаться позади конкурентов.

В июле 2018 года была утверждена национальная программа «Цифровая экономика», в рамках которой были определены пять путей развития российской цифровой экономики до 2024 года. Для начала эксперты установят границу автоматизации исполнения норм и законов относительно бизнеса и граждан. Под наблюдением Минэкономразвития новую технологию будут внедрять в МТС и фонд Сколково.

Наравне с этим, одной из ключевых проблем является политическая составляющая. Государство старается установить полный контроль над всеми аспектами жизни, в том числе это распространяется и на интернет среду, где зачастую некоторые нормы и законы приводят к большим потерям среди компаний, распространяющих свои услуги через интернет (подтверждением является недавняя история с блокировкой мессенджера «Telegram», в результате которой рынок понес многомиллионные убытки). Государство спровоцировало крупные денежные потери у организаций, а некоторые макропредприятия, которые работали только на интернет площадках, на время лишились возможности взаимодействовать с партнерами, посредниками и своей аудиторией, что негативно сказалось на прибыли.

Хотя Дмитрий Шушкин, один из авторов проекта «Цифровой экономики» и глава российского отделения компании АВВУУ считает, что все необходимые инструменты для программной работы с законами уже существуют, для их усовершенствования требуются большие деньги и время.

Партнёр юридической практики PwC Максим Кандыба полагает, что кроме того, моментальный переход прав соб-

ственности при такой системе может стать причиной мошеннических действий. Поэтому необходимо перевести на смарт-контракты исполнение законов только в тех определённых областях, где риски злоупотребления не велики.

С тех пор, как интернет стал коммерчески доступным, он демократизировал информацию, способствовал глобальной коммуникации и послужил платформой для продвижения различных товаров и услуг. Следствием этого является появление новых профессий, которые продолжают стремительно развиваться и модернизироваться.

Стоит посмотреть на Запад и США. Такие профессии, как SMM-менеджер, интернет-маркетологи пришли к нам совсем недавно, а за границей уже существуют отдельные направления обучения на эти профессии. Возникает проблема в том, что рынок уже требует высококвалифицированный персонал, который с каждым днем должен повышать свою компетенцию в своем вопросе, а в нашей стране только начинают разрабатываться курсы, где можно получить эти знания. Государственные институты очень сильно стали отставать в данном вопросе.

Хотя значительный прогресс был достигнут в преодолении цифрового разрыва, проблема остается сложной и многогранной. Ее решение требует совместного, многостороннего подхода для преодоления четырех ключевых барьеров на пути интеграции в интернет: инфраструктура; доступность по цене; навыки, осведомленность и культурное признание; и соответствующий контент.

Важно то, что интернет также является основополагающим фактором четвертой промышленной революции. Отрасли промышленности, обеспеченные четвертой промышленной революцией, вероятно, изменят мировую экономику, создав огромные возможности для тех, кто способен их развивать.

Интерес к интернет-профессиям растет, так как он с одной стороны позволяет предприятиям отказаться от большей части постоянных расходов. К ним можно отнести оплату офиса, оргтехники, обучение сотрудников. Проще нанять сотрудников на проект и поддерживать с ними связь, что отбрасывает необходимость держать большой штат сотрудников. В дальнейшем, многие процессы можно с легкостью автоматизировать.

Рынок имеет очень низкий порог входа — чтобы открыть агентство, не нужно никаких капитальных затрат. Поэтому к нам очень быстро проникают техно-оптимисты, включая бывших наёмных сотрудников, которые решили делать «так же, но лучше».

К тому же есть проблема, которая заключается в том, что бизнес держится на одном человеке. Эти люди выжиты, уехать на месяц в отпуск или даже на выходные не представляется реальным, огромные обороты совсем не маржинальны, раздутый неуправляемый штат, который сильно сокращает большую часть выручки. Но вместе с тем есть и компании, например, Speaking Empire, которая зарабатывает более 5 миллионов долларов в год, и у них в штате не более 5 сотрудников

С другой стороны, получается, что многие профессии будут постепенно исчезать. Потребность современного рынка такова, что наиболее востребованными становятся профессии, связанные с «работой руками», а в противовес им появляются еще более востребованные профессии, связанные с ведением бизнеса в интернете.

Удаленная работа дает возможность найти работу очень многим людям, которые это ранее не могли себе позволить. В силу особенностей ведения коммерческой деятельности в интернете, наибольшее развитие получила именно сфера оказания услуг. Ярким примером являются организации, которые занимаются обучением. Это тенденция распространяется на разные области, начиная от различных мастер-классов по рукоделию, заканчивая университетами, которые предоставляют студентам заниматься дистанционным образованием, за прохождение которого студент получает полноценный диплом.

Видео контент становится одним из неотъемлемых факторов снижения издержек на предприятии. Один раз записав обучающий курс для сотрудников, сразу визуализация необходимой информации значительно сокращает затраты на бизнес тренеров.

Обратной стороной развития интернет торговли является то, что у молодых бизнесменов отпадает острая необходимость в самостоятельном производстве товара. Например, дропшипинг позволяет получать достойную прибыль без затрат на создание и развитие собственного производства.

Однако эта тенденция имеет и свои плюсы. Нельзя не отметить важность, таких платформ как Amazon, AliExpress и т.д., где люди могут размещать свои интернет-магазины и вести локальную либо международную торговлю.

В США в 2017 году интернет-продажи выросли на 16%, в то время, как в 2016 году этот показатель составлял 14%. Все больше пользователей интернета сразу заходят на такие площадки, как Amazon и практически перестают пользоваться поисковой строкой в браузере, чтобы найти товар. Сейчас доля Amazon составляет 28% и пока что она является лидером среди всех прочих интернет платформ. [3]

Интернет-технологии обладают огромными возможностями воздействия на жизнь общества и человека. Тем не менее в системе Интернета остается еще ряд нерешенных проблем. Среди них можно выделить — конфиденциальность и безопасность, то есть проблемы интеллектуальной собственности, защита передаваемой информации и охраны авторских прав, коммерческая деятельность в Интернете. Поэтому развитие Интернет-экономики во всех странах требует скоординированных действий всех ее участников по управлению безопасностью на различных функциональных уровнях — экономическом, юридическом, организационном и технологическом.

Только так можно использовать возможности ведения бизнеса, предоставляемые современной информационной экономикой, и минимизировать негативные последствия.

Литература:

1. Александров В. Стратегия email-маркетинга. Эффективные рассылки для вашего бизнеса. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. — 220 с.
2. Петроченков А. Идеальный Landing-page, создаем продающие веб-страницы — СПб.: Питер, 2016. — 320 с.
3. Савельев Д, Крюкова Е. 100+ хаков для интернет-маркетологов. Как получить трафик и конвертировать его в продажи. Альпина Паблицер, 2018 г. — 304 с.
4. Солодар М. Воронка продаж в интернете. Инструменты автоматизации продаж и повышения среднего чека в бизнесе. Эксмо, 2018 г. — 240 с.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Выявление особенностей освоения прохода в ноги в вольной борьбе

Завьялова Ольга Борисовна, кандидат педагогических наук, доцент;

Гусенов Мурад Тагирович, студент магистратуры

Красноярский государственный педагогический университет имени В. П. Астафьева

В данной статье представлены результаты исследования, полученные методом анкетирования спортсменов квалификации от кандидата в мастера спорта России до мастеров спорта международного класса, занимающихся вольной борьбой. Нами было выявлено, что спортсмены не уделяют в тренировочном процессе должного внимания отработке прохода в ноги с подготовкой, а в проведении тренировочных схваток отмечается два типа спортсменов: одни доводят техническое действие «проход в ноги» до оценки в 50% случаев, другие — в 80% случаев.

Ключевые слова: вольная борьба, техническая подготовка, проход в ноги с подготовкой.

В вольной борьбе самое часто выполняемое, ключевое техническое действие — «сближение с захватом ног», на жаргоне данный прием называется «проход в ноги». Техника выполнения «сближения с захватом ног (прохода в ноги)» представлена далее. Из положения борцовской стойки общий центр тяжести переносится к передней границе площадки опоры, для чего борец слегка наклоняется и подает туловище вперед [1; 3].

Известно что при выполнении, для сравнения, легкоатлетического старта очень выгодно не прекращать движение плеч вперед от команды «Внимание!» до команды «Марш!», что правилами запрещено. В борьбе таких правил, естественно, нет, и это продвижение необходимо использовать. На практике оно больше, чем в 30% случаев маскируется ложными рывками: атакующий притягивает себя к сопернику движениями рук, ударяет его по рукам [2].

Движение плеч вперед освобождает от груза собственного веса сзади стоящую ногу, которая осуществляет толчок носком, реже внутренней стороной стопы. Одновременно атакующий резко наклоняется вперед, чтобы снизить расположение общего центра тяжести и таким образом увеличить горизонтальную составляющую толчка. Чем ближе толчковая нога к опорной, тем дальше атакующий сумеет продвинуться во время выпада. Как только атакующий сблизился с соперником, он хватает ногу [1; 3].

В вольной борьбе существует актуальная проблема низкого технического исполнения прохода в ноги в тренировочных и соревновательных схватках. Это связано с тем, что спортсменов на начальном этапе подготовки недостаточно подготавливают тактико-технически.

С целью выяснения особенностей освоения прохода в ноги в вольной борьбе нами было проведено анкетирование (n=50) и наблюдение (n=50) за тренировочным процессом борцов вольного стиля. В анкете вопросы были

направлены на то, каким образом спортсмены отрабатывают и совершенствуют технику выполнения прохода в ноги в вольной борьбе. Состав респондентов: МСМК — 2%; МС — 16%; КМС — 56%; 1 разряд — 24%; 3 разряд составляет — 2%.

Проход в ноги — одно из самых часто выполняемых технических действий в вольной борьбе. При обработке результатов анкетирования нами было выявлено, что борцы вольного стиля в среднем выполняют проход в ноги около 8 раз за схватку. Это дает нам понять, насколько важен правильный подход изучения данного приема для его успешной дальнейшей реализации в соревновательной деятельности.

Далее, проанализировав результаты наблюдения и анкетирования, мы определили, что больше половины спортсменов отрабатывают проход в ноги каждую тренировку, совершая ошибки в исполнении данного приема. Когда спортсмен отрабатывает прием, совершая большое количество ошибок, ошибки закрепляются, и если их не устранить в начале карьеры спортсмена, то в дальнейшем сделать это будет намного сложнее.

Для эффективной реализации прохода в ноги, то есть доведения действия до оценки, необходимо подготавливать атаку применением данного технического действия. Больше половины опрошенных спортсменов изучают и совершенствуют данный прием каждую тренировку, но без подготовки. В свою очередь, отрабатывают на тренировочных занятиях проход в ноги с подготовкой 2 раза в неделю всего чуть более половины спортсменов.

После проведенного нами анализа анкетирования и наблюдения можно утверждать, что большая часть спортсменов в тренировочной схватке выполняют проход в ноги без подготовки, тем самым давая шанс сопернику провести контрприем. Спортсмены не осознают важность подготовки к атаке. Часто даже после подсказки тренера «не кидайся

без подготовки!» спортсмен, игнорируя рекомендацию своего наставника, совершает ошибку, проводя атаку без подготовки. И, как результат, от 30% до 50% случаев соперники наших респондентов успевают провести контрприем. В целом это связано с тем, что респонденты проводят мало работы над ошибками, тем самым сохраняя свой арсенал неправильных действий, а иногда и пополняя его.

Проведенные исследования позволили сделать интересное замечание — существует два типа спортсменов: одни доводят техническое действие «проход в ноги» до оценки в 50% случаев, другие — в 80% случаев. Спортсмен, желающий подняться на высшую ступень пьедестала, должен иметь 100 процентов успешных атак. При выступлении спортсменов на международной арене ценность каждого балла возрастает. Даже мельчайшая ошибка может лишить борца золотой медали.

Анализ анкетирования также показал, что в 20% случаев спортсмены будут проводить проход в ноги в конце схватки, если проигрывают в счете. Остальные же спортсмены предпочтут провести 4-х балльный бросок либо, в зависимости от соперника, все же решат провести проход в ноги. По-видимому, респонденты не уверены в своей атаке путем выполнения прохода в ноги.

Далее мы задались вопросом — будут ли борцы проходить в ноги в схватке, если они ведут в счете? Проанализи-

ровав ответы на данный вопрос, мы получили такие результаты. Большинство респондентов (36%) не будут проходить в ноги, 28% опрошенных оценят соперника и примут соответствующее решение, 20% опрошенных будут стараться провести бросок на 4 балла и всего 16% респондентов все же будут проходить в ноги.

Исходя из полученных нами данных путем анализа анкетирования и наблюдения за тренировочным процессом борцов вольного стиля, можно сделать следующие выводы:

- спортсмены не уделяют должного внимания отработке прохода в ноги с подготовкой;
- спортсмены уделяют недостаточное внимание рефлексии и работе над ошибками. Путем анализа своей борьбы спортсмен может выявить ошибки, а работая над ними, можно и вовсе исключить их;
- спортсмены не всегда уверены в собственных атаках, по этой причине допускают ошибки в схватке, тем самым давая шанс контратаковать сопернику.

Мы рекомендуем спортсменам ответственно относиться к отработке подготовки к атаке, заниматься самоанализом и работой над ошибками. На наш взгляд, для того, чтобы борец вольного стиля достиг больших высот в данном виде спорта, следует постоянно работать над собой и совершенствовать спортивное мастерство.

Литература:

1. Алиханов И. И. Техника и тактика вольной борьбы. — 2-е изд. — М.: Физкультура и спорт, 1986. — 304 с.
2. Момедов З. М. Обучение подростков 12–13 лет броскам наклонам в вольной борьбе // Спортивная борьба. — 1974. — № 5 — С.21.
3. Миндиашвили Д. Г., Завьялов А. И. Энциклопедия приемов вольной борьбы/Ин — т спорт. единоборств им. И. Ярыгина. — Красноярск: Платина, 2004. — 456 с.

Футбол как средство социальной интеграции беженцев

Оникиенко Денис Андреевич, студент

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (г. Екатеринбург)

В данной статье рассматривается проблема интеграции беженцев в общество посредством футбола. Проблема социальной адаптации в условиях преобразований современных стран имеет особую актуальность для вынужденных мигрантов. Социальной адаптации беженцев препятствуют такие дополнительные барьеры как социальные, социально-экономические, социокультурные, правовые, этнические. Именно благодаря спорту, а точнее футболу беженцы могут успешнее социально адаптироваться в новой среде.

Ключевые слова: спорт, футбол, социальная интеграция, беженцы

Процесс социальной интеграции беженцев осложняется недостаточным вниманием государства к данной проблеме, что проявляется в недостаточной разработанности целевых государственных программ по оптимизации социальной адаптации различных групп населения и провоцирует социальную нестабильность, криминализацию и маргинализацию социума [1].

Проблема социальной адаптации на данный момент весьма актуальна для вынужденных мигрантов. Социальной адаптации беженцев препятствуют такие дополнительные барьеры, как социальные, социально-экономические, социокультурные, правовые, этнические [3].

В условиях продолжающихся социальных преобразований миграционный приток создает сложности с обес-

печением беженцев жильем, учреждениями социальной инфраструктуры, а также коренное население может демонстрировать недовольство по отношению к вынужденным мигрантам. В результате беженцы оказываются в чрезвычайно тяжелом социальном положении. Вместе с тем, успешная социальная адаптация мигрантов вносит существенный вклад в развитие социальных отношений, формирование и поддержание политической стабильности, снижает социальное напряжение в обществе, смягчает эффект депопуляции коренного населения [5].

Нельсон Мандела во время выступления на Всемирный день беженцев в 2006 году сказал, что язык спорта является универсальным для людей всех возрастов и национальностей.

Спорт — это древнейшая и неотъемлемая часть человеческой культуры, а спортивные контакты являются частью культурных контактов каждой страны. Спорт разрушает границы и предоставляет равные возможности для всех людей независимо от расы, цвета кожи, религии, возраста, физических способностей, обстоятельств или экономического фона присоединиться, участвовать, преуспеть как в социальном, так и в профессиональном смыслах [4].

Стоит также отметить, что во многих странах спорт включен в сферу внешней культурной политики. В качестве примера можно отметить концепцию внешней культурной политики России, в которой прописано, что важным средством взаимопонимания, выражения доброй воли и укрепления отношений между народами должны рассматриваться связи в сфере физической культуры и спорта. Контакты по линии спортивных федераций, обществ, клубов путем обмена спортивными делегациями, тренерами и специалистами, а также посредством участия спортсменов и команд в международных спортивных состязаниях создают благоприятный «климат» для межгосударственного взаимодействия [6].

Одним из самых популярных видов спорта является футбол, это самый массовый вид спорта в мире. Поскольку футбол — это командный вид спорта, он заставляет всех игроков взаимодействовать друг с другом.

В настоящее время главными целями спорта и спортивных соревнований являются: получение финансовой выгоды от проведения спортивных мероприятий, достижение определенных индивидуальных успехов в спорте посредством конкуренции, демонстрация силы и авторитета одного государства перед другими, однако, возможно, одна из главных целей спорта — гуманитарная, что отражено в девизах, лозунгах, концепции большинства состязаний.

Самостоятельное значение гуманитарная деятельность получила в работе отдельных секций, конференций, симпозиумов и других мероприятий, являющимися на сегодняшний день значимой частью спортивных соревнований [2].

Однако сегодня существует целый ряд спортивных состязаний, содержание которых напрямую связано с гуманитарной деятельностью. Программа таких соревнований посвящена помощи людям, оказавшимся «выброшенными» из обычной жизни, нуждающимся в поддержке и помощи со стороны международного сообщества. Следует отметить, что процессы гуманизации в спорте и гуманизации международных отношений развивались практически параллельно, что позволило весьма плодотворно сотрудничать многим авторитетным футбольным организациям, таким как ФИФА и УЕФА. Именно футбольным, поскольку футбол является самым массовым и командным видом спорта и заставляет постоянно взаимодействовать игроков друг с другом.

Международные организации и клубы стараются использовать огромный потенциал футбола в благородных целях: на благо гуманитарного и социального развития, пропаганду здорового образа жизни, а также для продвижения идеи мира. Кроме того, большое количество футбольных первенств проводятся под девизом гуманитарной проблематики. «Футбол может объединять людей и разрушать барьеры, что дает возможность Международной ассоциации футбола улучшать стандарты образования и здоровья, а также повышать уровень жизни и качество жизни во всем мире» [7].

Также стоит отметить австралийскую футбольную лигу (AFL), которая организует успешные межкультурные программы, расширяющиеся с каждым днем и продвигает идеи расовой толерантности.

На данный момент благодаря ей существует множество футбольных соревнований, проводящихся на местном уровне, а также одноразовые межнациональные кубки. AFL в настоящее время активно поддерживает развитие и вербовку беженцев в рамках этих межкультурных программ, и некоторые из этих новобранцев теперь играют в высшей футбольной лиге. Эти игроки рассматриваются как образцы для подражания и приобретают культовый геройский статус среди местных жителей.

Таким образом, проведение футбольных соревнований или футбольных матчей с участием беженцев может существенно помочь в формировании межнациональных социальных отношений и разрушении социальных барьеров.

Литература:

1. Авдеенко А. С. Подготовка студентов-психологов к информированию социума о значимых социально-психологических проблемах и способах их решения / А. С. Авдеенко, Е. В. Соболева — Челябинск: Совет молодых ученых и специалистов Челябинской области, 12–13.05.2016 Т. 4 № 2 (13). — С. 37–39.
2. Боголюбова Н. М. Геополитика спорта и основы спортивной дипломатии: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 282 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс).

3. Ибрагимов Э. Ф. Особенности становления профессиональной Я-концепции будущих психологов / Ибрагимов Э. Ф. // Вестник Совета молодых ученых и специалистов Челябинской области. — Т. 2. — № 1 (16). — С. 58–61.
4. Лемке В. Роль спорта в достижении целей в области устойчивого развития // Хроника ООН. [Электронный ресурс], 2016. Режим доступа: URL: <https://unchronicle.un.org/ru/article/3012> (дата обращения: 18.04.2018).
5. Соболева Е. В. Опыт социального поведения студенческой молодежи в новых жизненных условиях / Е. В. Соболева // Вестник Совета молодых ученых и специалистов Челябинской области. — 2013. — № 1. — С. 85–87.
6. Тезисы «Внешняя культурная политика России — год 2000» // Дипломатический вестник. — 2000. № 4 (апрель). С. 76–84.
7. Building a better future (Постройка лучшего будущего) [Электронный ресурс], 2016. Режим доступа: URL: <http://www.fifa.com/development/videos/y=2014/m=11/video=building-a-better-future-2477118.html> (дата обращения: 18.04.2018).

Организация профессиональной прикладной физической культуры на предприятии АО «Саханефтегазсбыт» в Республике Саха (Якутия)

Попов Дмитрий Валерьевич, студент магистратуры
Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова (г. Якутск)

Рассмотрено современное состояние уровня профессиональной прикладной физической культуры на предприятии газо-нефтеперерабатывающего комплекса России, расположенного в Республике Саха. Установлено, что уровень подготовки сотрудников недостаточен, что провоцирует ряд заболеваний различного характера. Предложена современная методика, выполненная в соответствии со Стратегией развития физической культуры и спорта в Республике Саха (Якутия) на 2009–2020 годы. Отмечается, что применение предложенной методики в современных производственных условиях ОАО «Газпром» позволит повысить производительность труда среди персонала предприятия.

Ключевые слова: профессиональная прикладная физическая культура, состояние здоровья, персонал, Стратегия развития физической культуры и спорта в Якутии на 2009–2020 годы, методика оздоровления, физические упражнения, производительность труда.

В современном мире профессиональной прикладной физической культуре (ППФК) отводится важное социальное, политическое, экономическое, морально-нравственное значение. Привлечение граждан к физической культуре и спорту считается показателем жизнеспособности, здоровья, духовной силы нации. Здоровый образ жизни, регулярные занятия видами физкультуры, повышающими профессиональную выносливость, являются важными составляющими развития общества. Всестороннее и эффективное развитие физической культуры и спорта является важной составной частью государственной социально-экономической политики в Республике Саха (Якутия).

В РС к ФФК привлечены 17,3% населения (164 385 чел.). Исследуемые показатели здоровья, уровня физической подготовки молодого поколения, проявления отрицательных, антисоциальных явлений указывают на необходимость повышения роли физкультуры. В республике Саха по-прежнему недостаточными признаются объемы и качество физкультурно-оздоровительных услуг на производстве, в учреждениях, не развиты спортивные объекты по месту жительства.

В пункте 2.2. Стратегии развития физической культуры и спорта в РС (Я) на 2009–2020 годы [1] отмечается

в числе отрицательных факторов, замедляющих эффективность работы со взрослым населением: «недостаток современных методик по профессионально-прикладной физической культуре и оздоровлению с учетом специфики условий труда работников».

В результате работы представлена современная, уникальная методика, включающая упражнения, сочетающие в себе экономичность, высокий процент оздоровления персонала всех категорий (от рабочих до руководителей, включая, преимущественно, те категории сотрудников, которые вынуждены сидеть за компьютером).

До проведения исследований показатели по состоянию здоровья среди различных групп персонала АО «Саханефтегазсбыт» являлись следующими. К основным показателям, влияющим на общее состояние здоровья персонала, особенно в условиях Крайнего Севера, являются показатели:

1. По сердечно-сосудистой системе,
2. Органам дыхания,
3. Неврозах,
4. Опорно-двигательного аппарата,
5. Органам грудной клетки и брюшной полости,
6. Пищеварения,

7. Заболеваниях обмена веществ,
8. Нервной системы.

В комплекс профессионально-прикладной физической культуры входят упражнения, направленные на повышение кровоснабжения нижней части тела. Общая 20-минутная ППФК позволяет значительно улучшить показатели по всем без исключения группам здоровья.

Значительная роль в решении проблем со здоровьем, повышении выносливости, снижении усталости отводится физической активности самого человека, регулярным занятиям спортом. К сожалению, с 90-х гг. XX в. была утрачена

разработанная, действенная система привлечения к физической культуре людей на предприятиях. В связи с этим, в настоящее время, необходимо разрабатывать многие методики заново и анализировать их на предмет социально-экономической значимости [2, с.33].

В исследовании приняли участие 164 сотрудника г. Якутска, работающих на предприятии АО «Саханефтегазбыт». В результате анкетирования выявлено отношение респондентов к положительному влиянию ППФК на оздоровление организма и повышение производительности труда на предприятии АО «Саханефтегазбыт».

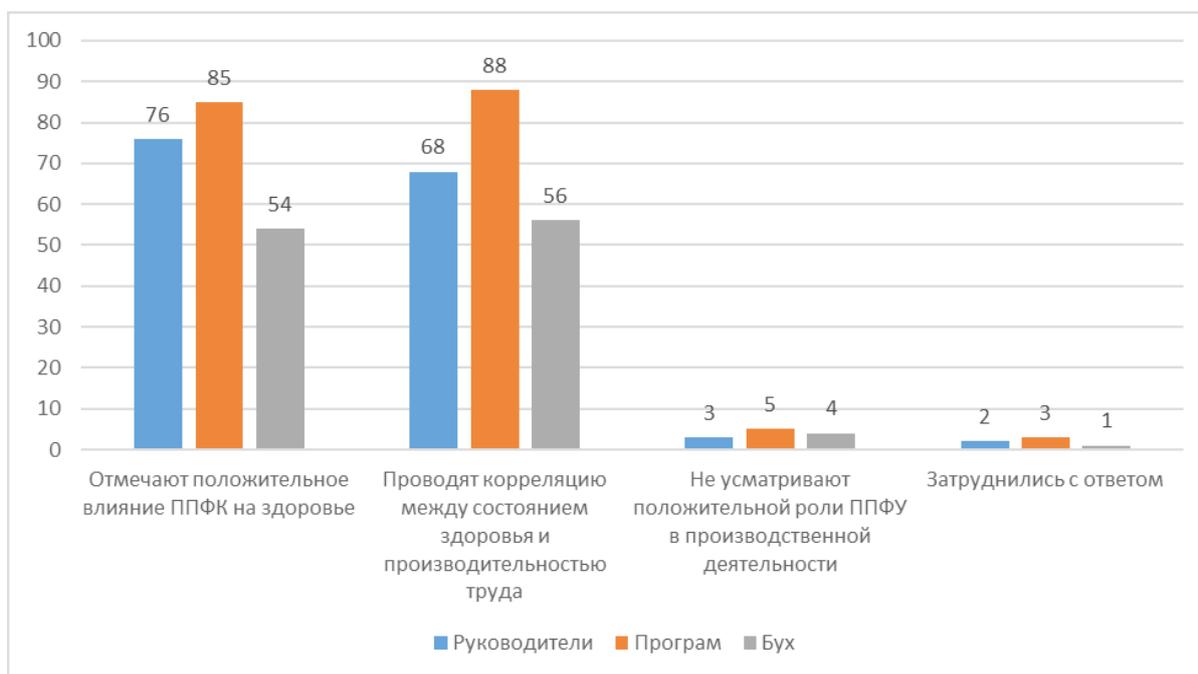


Рис. 1 Результаты опроса по определению отношения к внедрению ППФК на предприятии

Таблица 1. Знания персонала предприятия о направленности физической культуры при использовании ее в профессиональной деятельности

№	Направленность	Проценты	Ранг
1.	Оздоровительная	24,4	1
2.	Лечебная	16,2	2
3.	Рекреационная	12,4	3
4.	Развивающая	8,6	5
5.	Профессионально-прикладная	7,6	6
6.	Профилактическая	11,2	4
7.	Социализирующая	6,4	7

Важной задачей данного исследования явилось изучение знаний о направленности использования физкультурно-спортивных и оздоровительных средств в решении (табл. 1).

Существуют противоречия в содержании ППФК персонала, работающего на предприятии АО «Саханефтегазбыт» газонефтеперерабатывающего комплекса в условиях Крайнего Севера.

Решение данной проблемы заключается в улучшении профессиональной подготовки специалистов в высших учебных заведениях, относящихся к базе АО «Саханефтегазбыт». Опосредованным положительным результатом от внедрения предлагаемой методики является также пример для других сотрудников, которые, видя достигнутые результаты по улучшению здоровья, также могут обратиться к выполнению методики ППФК.

Литература:

1. Стратегия развития физической культуры и спорта в РС (Я) на 2009—2020 годы Утверждена постановлением Правительства Республики Саха (Якутия) от 11 декабря 2009 года № 524 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://minsport.sakha.gov.ru/NPA/strategija-razvitija-fizicheskoy-kultury-i-sporta-v-rs-ja-na-2009-2020-gody> (Дата обращения 1.06.2018)
2. Поципун А. А., Малевич А. В., Ошина О. В. Совершенствование профессиональной подготовки специалистов по физической культуре на основе системно-синергетического подхода // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Физическая культура и спорт в системе образования России: инновации и перспективы развития» С-Петербург. — 2014. — С. 32–43.

Тенденции развития физической науки в вузах

Щербакова Елизавета Александровна, студент;

Матвеев Виктор Игоревич, студент;

Дорофеева Елена Николаевна, старший преподаватель

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

Ключевые слова: студенты, хронические заболевания, физические упражнения, индивидуальный подход, лечебная физкультура, гимнастические упражнения, восстановление здоровья.

Тенденция — это возможность тех или иных событий развиваться в одном направлении. Хотелось бы поговорить конкретно о тенденции развития в физическом воспитании уже в высших учебных заведениях.

В настоящее время очень актуальны проблемы физического воспитания студентов, у которых имеются отклонения в состоянии здоровья.

Несмотря на то, что отечественная, зарубежная медицина, и наука развивается очень быстрыми шагами, молодое поколение, к сожалению, не становится здоровее. В мире продолжает возрастать численность инвалидов и людей с хроническими заболеваниями.

Так как инвалиды и больные люди относятся к наиболее уязвимым слоям общества, то демократические государства обращают все больше и больше внимания на них. Это проявляется, прежде всего, в разработке многочисленных программ, систем, методик и др., которые позволяют людям с ослабленным здоровьем находиться на равном социальном положении со здоровым населением. Данные разработки уже активно внедряются в практическую деятельность таких социальных групп.

В основном данные программ базируются на принципе от «простого к сложному». По нему происходит адаптация организма к возрастающей нагрузке. Постепенно добавляются новые упражнения, более сложные, интенсивные, увеличивается их объем. Но так как у каждого обучение, привыкание и адаптирование происходит по-разному, то преподаватели находят индивидуальный подход к каждому студенту, всегда относятся с пониманием и поддерживают при трудных ситуациях.

Все чаще стала применяться лечебная физкультура или же сокращенно ЛФК. Благодаря ей студенты могут

развивать и укреплять свой организм. Происходит формирование и усовершенствование определенных навыков. В ЛФК входят гимнастические упражнения, воздействующие позитивно на организм, также восстанавливают основные двигательные качества человека (ловкость, мускулатура и т. п.). Могут быть использованы самые разные методики, например, специальные тренировки вестибулярного аппарата и дыхания, упражнения без отягощения (наиболее простые), упражнения, осложненные снарядами.

Самым известным упражнением является ходьба, которая доступна практически каждому. Благодаря ей происходит влияние на нервные процессы, дыхательную систему, кровообращение, улучшается обмен веществ, мышечный тонус.

Студенты, обучающиеся в высших учебных заведениях, могут иметь хронические заболевания, поэтому они должны знать и понимать характер и симптомы своих недугов. Вследствие чего человек определяет свой образ жизни и тренирует себя, используя при этом разнообразные естественные природные средства воздействия. В данном аспекте особо важным является подбор и выделение определенной дозы оптимальных воздействий для каждого человека.

Ведущую роль играет этот самый уровень знаний человека, благодаря которому он сам определяет для себя индивидуальную дозу физических, психических и других воздействий для укрепления здоровья. Если же оказывается недостаточно таких знаний, то он может обратиться к врачам, как внутривузовским, так и на городском уровне, которые всегда окажут методическую и практическую помощь. Ведь все хотят и стремятся быть здоровыми.

В повседневной жизни человеку, независимо от его социального статуса, возраста, половой принадлежности приходится прилагать усилия и противостоять определенным негативным явлениям и болезненным состояниям. Например, студенческая жизнь очень активна и очень часто бывает не сбалансирована и со сбитыми режимами. Это в конечном итоге приводит к нерегулярному питанию, которое идет параллельно неустроенному быту, психоэмоциональным перегрузкам, проблемам межличностных отношений со сверстниками. у некоторых же даже возникает необходимость подрабатывать по вечерам в силу сложившихся обстоятельств отрицательно. Это все, естественно, неблагоприятно

сказывается на их здоровье, происходит ослабление организма.

Все лечебные гимнастики, индивидуальные тренировки, подходы, методики направлены, прежде всего, на восстановление здоровья или отдельных функций организма, на поддержание соответствующего уровня жизнеспособности. Каждый человек, независимо от того есть ли у него отклонения или нет, должен заботиться о своем организме, а если у него и имеются какие-либо дефекты, то тем более, он должен еще более пристальное внимание уделять на их устранение или, если такое невозможно, то предпринимать все возможные меры на то, чтобы не усугублять свое положение.

Литература:

1. Айвазова Е. С. Физическое воспитание студентов, имеющих отклонения в состоянии здоровья. Учебно-методическое пособие. Ростов н/Д.: Изд-во ЮРИУФ РАНХиГС, 2016. 122 с.

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 23 (209) / 2018

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

Ахметов И. Г.

Члены редакционной коллегии:

Ахметова М. Н.
Иванова Ю. В.
Каленский А. В.
Куташов В. А.
Лактионов К. С.
Сараева Н. М.
Абдрасилов Т. К.
Авдеюк О. А.
Айдаров О. Т.
Алиева Т. И.
Ахметова В. В.
Брезгин В. С.
Данилов О. Е.
Дёмин А. В.
Дядюн К. В.
Желнова К. В.
Жуйкова Т. П.
Жураев Х. О.
Игнатова М. А.
Искаков Р. М.
Калдыбай К. К.
Кенесов А. А.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кошербаева А. Н.
Кузьмина В. М.
Курпаяниди К. И.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Матвиенко Е. В.
Матроскина Т. В.
Матусевич М. С.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
Паридинова Б. Ж.
Прончев Г. Б.
Семахин А. М.
Сенцов А. Э.
Сенюшкин Н. С.
Титова Е. И.
Ткаченко И. Г.
Федорова М. С.
Фозилов С. Ф.

Яхина А. С.

Ячинова С. Н.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Атаев З. В. (Россия)
Ахмеденов К. М. (Казахстан)
Бидова Б. Б. (Россия)
Борисов В. В. (Украина)
Велковска Г. Ц. (Болгария)
Гайич Т. (Сербия)
Данатаров А. (Туркменистан)
Данилов А. М. (Россия)
Демидов А. А. (Россия)
Досманбетова З. Р. (Казахстан)
Ешиев А. М. (Кыргызстан)
Жолдошев С. Т. (Кыргызстан)
Игисинов Н. С. (Казахстан)
Искаков Р. М. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Колпак Е. П. (Россия)
Кошербаева А. Н. (Казахстан)
Курпаяниди К. И. (Узбекистан)
Куташов В. А. (Россия)
Кыят Э. Л. (Турция)
Лю Цзюань (Китай)
Малес Л. В. (Украина)
Нагервадзе М. А. (Грузия)
Прокопьев Н. Я. (Россия)
Прокофьева М. А. (Казахстан)
Рахматуллин Р. Ю. (Россия)
Ребезов М. Б. (Россия)
Сорока Ю. Г. (Украина)
Узаков Г. Н. (Узбекистан)
Федорова М. С. (Россия)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)
Шуклина З. Н. (Россия)

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Г. А.

Ответственный редактор: Осянина Е. И.

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Бурьянов П. Я., Голубцов М. В., Майер О. В

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

почтовый: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231;

фактический: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <http://www.moluch.ru/>

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Подписано в печать 20.06.2018. Тираж 500 экз.

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