

ISSN 2310-0362



nauchforum.ru

НаучФорум

Оставь свой след в науке



IX Студенческая международная
заочная научно-практическая
конференция

**МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

№ 2 (9)

г. МОСКВА, 2014



nauchforum.ru
НаучФорум
Оставь свой след в науке

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

*Электронный сборник статей по материалам IX студенческой
международной заочной научно-практической конференции*

№ 2 (9)
Февраль 2014 г.

Издается с марта 2013 года

Москва
2014

УДК 3+33
ББК 60+65.050
М 75

М 75 Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки. Электронный сборник статей по материалам IX студенческой международной заочной научно-практической конференции. — Москва: Изд. «МЦНО». — 2014. — № 2 (9) / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/2\(9\).pdf](http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/2(9).pdf)

Электронный сборник статей по материалам IX студенческой международной заочной научно-практической конференции «Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

ББК 60+65.050

ISSN 2310-0362

© «МЦНО», 2014

Оглавление

Секция 1. История	5
«ГЕРОЙ БЕЗ НАГРАД»	5
Тайсумова Луиза Исаевна Хабаев Ибрагим Дагаевич	
ПРАВОВЫЕ КОЛЛИЗИИ И ПРОБЕЛЫ В СУДЕБНИКЕ 1497 ГОДА	14
Паршенко Виктория Николаевна Холкина Юлия Александровна Дорофеева Марина Александровна	
Секция 2. Социология	22
ЦЕННОСТНОЕ ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К ЗДОРОВЬЮ	22
Берестова Евгения Михайловна Гордеева Светлана Сергеевна	
ОБЩЕСТВЕННОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ РОССИИ КАК СОЦИАЛЬНАЯ СИСТЕМА И ИНФОРМАЦИОННАЯ ЕДИНИЦА	27
Вальянов Никита Александрович Палиева Зинаида Ивановна	
«МАКДОНАЛЬДИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ», НА ПРИМЕРЕ АГЕНТСТВ «ПОМОЩИ СТУДЕНТАМ»	37
Ильченко Оксана Викторовна Назаров Михаил Серафимович	
ВЗРОСЛЫЕ И СВОБОДНЫЕ, ИЛИ ПРИЧИНЫ ВСТУПЛЕНИЯ В РАННИЙ БРАК	47
Денисова Юлия Андреевна Косырева Влада Андреевна Иванова Екатерина Михайловна	
ФЕНОМЕН ВЗАИМОПОМОЩИ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ	52
Тумысов Илья Александрович	
Секция 3. Маркетинг	57
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА	57
Ярлыков Константин Владимирович Шилова Наталья Николаевна	

Секция 4. Менеджмент	63
АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ РМВОК GUIDE ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ГОРНЫХ РАБОТ	63
Пак Станислав Платонович Цеховой Алексей Филиппович	
ПРОБЛЕМЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В СКД: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЮМОРА В ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОЕКТА	69
Лятская Анастасия Алексеевна Пенина Светлана Николаевна	
Секция 5. Экономика	78
НАЛОГОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКИ: ОПЫТ США	78
Алиева Ирина Сергеевна Рюмина Юлия Александровна	
ИНТЕГРАЦИЯ УКРАИНЫ С ТАМОЖЕННЫМ СОЮЗОМ: ФАКТОРЫ, АНАЛИЗ, ПЕРСПЕКТИВЫ	87
Банникова Евгения Андреевна	
РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ	93
Калова Ирина Замировна Таппасханнова Елизавета Оюсовна	
АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ	102
Пьянкова Татьяна Сергеевна Бухтиярова Татьяна Ивановна	
СТРАТЕГИЯ ИНДУСТРИАЛЬНО-ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В КЫЗЫЛОРДИНСКОЙ ОБЛАСТИ	109
Жетесова Арайлым Сағынаева Маржан Сағынайқызы	
ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС СТУДЕНТОВ ВУЗ (А) НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА СОТРУДНИЧЕСТВА УНИВЕРСИТЕТА С ИННОВАЦИОННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ	115
Атласова Анастасия Дмитриевна Протодьяконова Полина Васильевна Таппанова Нюргюяна Николаевна Сибилева Елена Валерьевна	
СОЗДАНИЕ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА	122
Турченик Марина Ивановна Бухтиярова Татьяна Ивановна	

СЕКЦИЯ 1.

ИСТОРИЯ

«ГЕРОЙ БЕЗ НАГРАД»

Тайсумова Луиза Исаевна

*студент Чеченского Государственного Университета,
Чеченская Республика, г. Грозный*

Хабаетов Ибрагим Дагаевич

*научный руководитель, старший преподаватель кафедры Теории и истории
государства и права Чеченского Государственного Университета,
Чеченская Республика, г. Грозный*

Все о чеченцах известно:

Звезд получали не все.

Может, под грифом «Секретно»

Где-то пылится досье?

Х. Боржаджиев

«Война не закончена, пока не захоронен последний погибший солдат», сказал великий русский полководец А.В. Суворов. Актуальность и смысловая глубина слов генералиссимуса не перестает удивлять нас, по сей день, ведь на протяжении более шести десятков лет с момента окончания Великой Отечественной войны 1941—45 гг. мы узнаем все новые и новые имена героев этой войны, ранее неизвестных или забытых. Сегодня с оглядкой в прошлое слова великого военачальника приобрели бы более весомое значение дополни мы их следующими словами: «и не преданы гласности подвиги и деяния каждого защитника Отечества».

Великая Отечественная война 1941—45 гг. дала советскому народу 12776 Героев Советского Союза, многие из которых с честью и достоинством, проявив чудеса храбрости и отваги погибли, защищая нашу общую Родину.

По официальной версии 9 чеченцев стали Героями Советского Союза, пятерым это звание было присвоено в ходе войны, четверо получили звезды героев в 80—90-х годах прошлого века. По неофициальным данным около 150 чеченцев были представлены к этому званию, но из-за «особого» отношения сталинского режима к чеченскому народу, многие из них не получили заслуженных наград. Об одном из таких забытых героев я и хочу рассказать.

4 июня 1906 года, в старинном чеченском селе Шали, в многодетной семье Обала Езиева, выходца из высокогорного чеченского села Маьрша-Кхаьлла родился четвертый по счету ребенок, которому дали имя Якуб.

С детства Якуб, по отзывам шалинских старейшин, был умным, веселым и смышлённым парнем, большую часть своего свободного времени отдававший учебе и самосовершенствованию. Он очень любил точные науки и для познания неизвестного в жизни мог отправиться в любое село или город, к известным алимам, педагогам и знатокам науки, невзирая на расстояние и трудности пути.

В сентябре 1924 года, по окончании начальной школы комсомольца, Езиева Я.А. направляют слушателем Северо-Кавказских краевых статистических курсов в г. Ростов-на-Дону, которые он успешно окончил. В свидетельстве выданным ему по окончании этого учебного заведения в 1925 году было сказано, что Езиев Я.А. подготовлен к выполнению ответственных работ в органах Государственной Статистики.

В том же 1925 году там же в Ростове-на-Дону Якуб поступает в Рабфак им. Стачки 1902 года, по окончании которого он получает полное общее образование, что открывает ему дорогу в ВУЗ.

С детства тяготевший к образованию Езиев недолго думая поступает в Донской политехнический институт в г. Новочеркасске Ростовской области по специальности инженер-механик и после успешной дипломной защиты в 1933 году возвращается в Чечено-Ингушетию. По приезду Якуба домой глава Езиевых отец Якуба Обал принимает решение, переселится в г. Грозный. Здесь, на счет имени отца Якуба, я не оговорила. Дело в том, что Езиев-старший носил именно такое, старинное чеченское имя Обал, однако

то ли по ошибке паспортистки, то ли из-за трудности произношения имени, об этом мы можем только гадать, Якуб вместо Обалаевич стал Абдулаевичем.

В марте 1933 года, через несколько месяцев работы в должности инженера-механика, Езиева Я.А. назначают заместителем начальника инструментального цеха грозненского завода «Красный молот», в то время крупнейшего машиностроительного предприятия Северного Кавказа, оборонного значения. Через два года, в 1935 году, Езиева назначают на должность начальника цеха.

За время своей короткой довоенной трудовой деятельности на руководящих должностях завода Якуб Абдулаевич Езиев показал себя грамотным инженером и ударником труда. Как в учебе, так и в работе он находился в авангарде передовиков, и за свои трудовые заслуги не раз был награжден почетными грамотами и премиями. Так в декабре 1936 года стахановца Езиева Я.А. за выполнение пятилетнего плана в четыре года руководство Грознефтекомбината награждает очередной Почетной грамотой.

С марта 1937 года Якуб работает заместителем начальника механосборочного цеха, а с июня того же года до января 1938 г. он руководит цехом уже в должности начальника. В начале 1938 года после окончания курсов повышения квалификации ИТР Государственного Всесоюзного Треста Твердых Сплавов Езиева Я.А. переводят на более ответственную должность, — начальника цеха цепей Галля. Однако на этом стремительный карьерный рост Езиева не остановился. Его благородство, порядочность, честность, пунктуальность, профессиональная грамотность и трудолюбие импонировала всему коллективу завода и руководству. Поистине он был настоящим коммунистом и душой коллектива. По воспоминаниям его соседей проживавших в доме № 21 по ул. Военная, Якуб Абдулаевич всегда был приветливым, внимательным к нуждам людей, вежлив в обращении, скромен и что особенно все отмечали, хлебосольным. По словам ее дочери ныне здравствующей Элимы Якубовны Езиевой, ее родители имели привычку всегда приглашать на ужин кого-либо из соседей дома, в котором проживали

представители различных национальностей. Жена Якуба Марьям Гехаевна Мациева, отличавшаяся среди жильцов дома особым гостеприимством и добродушием, была дочерью известного чеченского промышленника, купца первой гильдии Гехи Мациева, владельца грозненского кирпичного завода, сети магазинов и объектов сельскохозяйственного производства. Ее старший брат, кандидат филологических наук, Ахмат Гехаевич Мациев стал автором первого русско-чеченского словаря, а также многих научных работ в области чеченской филологии. Другой брат Мохьмад Мациев окончил политехнический институт в Санкт-Петербурге еще до Советской власти и был одним из первых чеченских инженеров. От этого брака у Якуба появилось трое детей, две дочери, Селима и Элима и сын Сасламбек, трагически погибший в 1995 году во время первой русско-чеченской кампании 1994—96 гг.

Великую Отечественную войну Езиева Я.А. встретил уже в ранге директора Завода перфораторно-буровых станков, куда он был назначен 19 марта 1941 года. Как и все военнообязанные граждане СССР Якуб получает повестку из райвоенкомата Молотовского района г. Грозного о призыве его в действующую армию. Местом сбора призывников была объявлена ул. Московская, на которой в основном проживали горские еврей-таты, отчего в народе этот квартал получил название — «Еврейская Слободка». На вокзале уже собрались все родственники, которые пришли провожать своих родных на войну, в том числе и родственники Езиева.

В это время, на квартиру, где проживал Езиев, явились работники завода «Красный Молот», с бронью освобождающую Якуба от призыва в армию. Не застав дома жильцов квартиры № 19, находившихся в это время на грозненском железнодорожном вокзале, нарочный передал обе брони соседям Езиевых, одна из которых предназначалась другому жильцу дома работавшему с Якубом на заводе. Быстро одевшись, соседка побежала на вокзал в надежде еще застать отбывающий на войну эшелон. На вокзале, она заметила трогающийся состав и побежала вдоль перрона, чтобы успеть отдать брони. Сосед Езиева узнав о брони, сразу же слез с вагона, однако Якуб

не захотел воспользоваться своим законным правом. В ответ на просьбу своей соседки, просившую его воспользоваться бронью и сойти с вагона, хотя бы ради своих маленьких детей он сказал: «Нет, уже поздно! Свою семью я буду защищать сам!».

По прибытии к месту расположения Езиева направляют в Кострому, где он проходит военную переподготовку в одной из саперных частей. После чего его инженерный батальон, укомплектованный в основном жителями Ярославской области, перебросили под Сталинград. Лейтенанта Езиева назначают командиром 1-ой роты 44-го отдельного моторизованного понтонно-мостового батальона.

Признаться честно, Езиев и в действующей армии показал себя с положительной стороны, умелым, храбрым и находчивым воином. Это видно по его стремительному продвижению по службе. За короткий промежуток времени Якуб Абдулаевич становится командиром батальона. В одном из документов тех дней, а точнее приказа командующего 62 Ударной армии Юго-Западного, а затем и Сталинградского фронта В. Чуйкова, говорится о назначении капитана Я.А. Езиева командиром 44-го отдельного моторизованного понтонно-мостового батальона и начальником центральной переправы армии, который хранится в музее Сталинградской Битвы в городе-герое Волгограде.

44-й батальон под командованием Езиева сыграл значительную роль в ходе Сталинградской битвы. С марта 1942 года он обеспечивал речную переправу войск и различных грузов. В ходе Сталинградской битвы в составе инженерных подразделений 62-й армии батальон Езиева совместно с другими частями обеспечивал работу переправ на Волге и в районах Дубовка, Рынок и Красная Слобода. С конца августа и до ледостава 44-й омпомб обслуживал единственную в районе заводов «Красный Октябрь» — «Баррикады» армейскую паромную переправу 62-й армии. Под обстрелом и бомбежкой личный состав батальона ремонтировал суда и причалы, строил новые причалы, обеспечивал погрузку и разгрузку судов и т. д. В ночь на 2 октября бойцы

и командиры батальона построили под огнем врага в районе завода «Красный Октябрь» четыре новых причала для приема больших речных паромов с тяжеловесными грузами. Во время одного из обстрелов 6 октября на причале был смертельно ранен командир батальона майор Я.А. Езиев и ранен его зам. лейтенант А.А. Ильин» [5].

Несмотря на плотный артобстрел, связист-красноармеец Миноходов, будучи раненым, смог оказать первую помощь Езиеву перевязать его рану и вынести своего командира из-под обстрела. Однако, несмотря на усилия бойца Езиев скончался по дороге в госпиталь. Так оборвалась жизнь этого мужественного воина и защитника Отечества, прекрасного семьянина, замечательного человека, которому прочили большое будущее.

Впервые, подвиг нашего земляка обнародовал известный советский писатель и журналист, военный корреспондент В.С. Гроссман. В 1947 году в Москве, в издательстве ОГИЗ, вышла его книга «Годы войны» в которой он пишет: «Смерть идет рядом с жизнью, дороги их здесь слились. Недалеко от штаба кладбище. Среди желтых опавших листьев стоят строгие холмики — могилы, простые дощатые памятники с фамилией, именем, датой смерти. Когда-нибудь здесь будет стоять суровый и темный гранитный обелиск, памятник героям сталинградской переправы. И люди прочтут на нем имена двадцати восьми бойцов — ярославцев, прочтут имя комбата Смеречинского, основателя переправы, прочтут имя его преемника — чеченца капитана Езиева, прочтут о Шоломе Аксельроде, командире технического взвода, убитом миной при наведении переправы. И людям расскажут, как в темные ночи, как при свете полной луны, когда Волга, горела, синим огнем, молча стоял у раскрытой могилы батальон, какую речь говорил бойцам Перминов и как сурово гремел в холодном осеннем воздухе салют» [3].

Однополчане похоронили Езиева Я.А. в деревне Средняя Ахтуба, а в 1967 году после открытия историко-мемориального комплекса защитникам Сталинградской битвы его перезахоронили в братской могиле Мамаев курган

в городе-герое Волгоград, а его имя золотыми буквами выгравировано на мраморных плитах памятника-ансамбля «Героям Сталинградской битвы».

Извещение о смерти героя, по словам его дочери Элимы, Езиевы получили ночью. Родственники Якуба собрались в одной из комнат квартиры. Поначалу никому не хотелось верить в то, что его уже нет. Жена Якуба Марьям всячески старалась скрыть от детей смерть отца, поэтому и уложила их в другой комнате. Старшая дочь Селима находившаяся вместе с сестрой и братом в детской проснулась, почувствовав что-то неладное. Одевшись она тихо вошла в комнату где все почему то плакали. Когда мама вышла из комнаты, она стала интересоваться у родных о случившемся. Наступила тишина, все, почему то молчали. Услышав мои расспросы, мама вернулась в комнату и стала ее успокаивать, сказав, что от папы давно нет писем, поэтому они все расстроились. Долгие годы Марьям Гехаевна, будучи мужественной женщиной, скрывала от своих детей смерть их отца. Она выдержала суровые годы войны, депортацию 1944 года, голод и нищету, и несмотря ни на что смогла дать всем троим детям высшее образование, тем самым выполнив завещание мужа. В одном из писем с фронта Якуб писал жене: «Чтобы не произошло, дай детям образование. Продай хоть весь дом, но купи им книги. Если я останусь в живых, даже на камне проживем, лишь бы у них были знания». Примечательно, что Езиевы, даже в период выселения чеченского народа в Казахстан не пропустили ни один учебный год.

О военной доблести и героической гибели своего отца старшая дочь Якуба узнала много лет спустя, из книги В.С. Гроссмана. Конечно, вначале ей, как и другим в семье было очень трудно поверить в то, что Якуба нет в живых, однако боль его утраты облегчалась гордостью за ратные подвиги отца.

В юношеские годы Якуб загорелся мечтой стать летчиком. В то время, быть похожим на Чкалова было модно. Чтобы осуществить свою цель он поступил в летное училище, однако уговоры бабушки, сильно любившей его и боявшейся за его жизнь возымели действие. Якуб бросил учебу, но в память о своей мечте всегда носил летный шлем, с которым

не расставался. Во время войны Якуб попросил жену прислать ему этот шлем посылкой. Марьям дважды отправляла ему шлем на фронт, но почему то оба раза посылка возвратилась обратно. Оказалось, что посылки возвращались, так как, его уже не было в живых. Старшая дочь Езиева в детстве всегда носила в память об отце его любимый летный шлем и надеялась — вот папа вернется, и я отдам ему его шлем. А единственный сын Якуба Сасламбек всегда просил класть на обеденный стол столовые приборы и для своего отца.

После возвращения из депортации в 1957 году Езиевы вернулись в Шали. Младший Езиев — Сасламбек подрос, пришло время, идти в армию. В военкомате он попросил направить его в Волгоград, чтобы служить в тех краях, где воевал его отец. Благо, ему пошли на встречу. Сасламбеку посчастливилось побывать на месте гибели отца, а также на месте его захоронения.

Что касается боевых наград Езиева, во время Великой Отечественной войны «тысячи саперов и понтонеров были удостоены высоких правительственных наград» [7]. Однако найти хотя бы один наградной лист в архивах Минобороны на имя Езиева до сих пор не удалось. Вполне возможно, что его и наградили, но не смогли установить местонахождение депортированных родственников, чтобы передать награды, так как в приказе об исключении из списков о Езиеве не было достаточной информации. Там было написано — умер от ран, звание «капитан» и дата смерти, и только потом дописали место его рождения — «Чечено-Ингушская АССР».

«Около миллиона наград участникам Великой Отечественной войны до сих пор не вручены — либо нет данных о награжденных фронтовиках, либо военнослужащие погибли, сообщил журналистам начальник центрального архива Минобороны, подполковник Игорь Пермяков. По данным Минобороны, сразу после окончания войны не врученными значились более 3 млн. орденов и медалей» [6].

После окончания ВОВ награды фронтовиков в массовом порядке передавали в районные администрации для передачи семьям участников войны. Многие заслуженные награды, не доходя до родственников погибших героев, оставались лежать, где то на пыльных полках в центральных архивах или в иных промежуточных пунктах. Возможно, где то среди них лежат и награды нашего земляка, защитника города на Волге, славного сына чеченского народа, память о котором навсегда останется в сердцах благодарных потомков.

Список литературы:

1. Вахит Бибулатов. «Герои не умирают» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: — http://mschr.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=572:2012-08-22-12-37-17&catid=58:2011-09-04-10-56-47&Itemid=169.
2. Воспоминания дочерей Якуба Езиева — Селимы и Элимы Езиевых.
3. Гроссман В.С. Годы войны. — М.: Правда, 1989. — 464 с. (Библиотека журнала «Знамя»).
4. Мемориал — Обобщенный банк данных о защитниках Отечества [Электронный ресурс] — obd-memorial.ru.
5. Сталинградская битва. Июль 1942 — февраль 1943: энциклопедия/под ред. М.М. Загорулько; — 5-е изд., испр. и доп. — Волгоград: Издатель, 2012. — 800 с.: ил.
6. Участникам ВОВ не вручены около миллиона наград — [Электронный ресурс] — Режим доступа. URL:www.utro.ru/news/2009/04/20/810836.shtml.
7. Цирлин А.Д., Бирюков П.И., Истомин В.П., Федосеев Е.Н. Инженерные войска в боях за Советскую Родину. — М.: Воениздат, 1970.
8. The First Independent Magazine about events in the Caucasus/ digest issue 13/2013/ Vakhit Bibulatov — Heroes of a disgraced people.

ПРАВОВЫЕ КОЛЛИЗИИ И ПРОБЕЛЫ В СУДЕБНИКЕ 1497 ГОДА

Паршенко Виктория Николаевна

*студент Дальневосточного федерального университета,
РФ, г. Владивосток*

Холкина Юлия Александровна

*студент Дальневосточного федерального университета,
РФ, г. Владивосток*

Дорофеева Марина Александровна

*научный руководитель, доц. Дальневосточного федерального университета,
РФ, г. Владивосток*

Коллизии и пробелы в законодательстве дают возможность государственным органам рассматривать ту или иную сложившуюся ситуацию по-разному, тем самым нарушая права и свободы граждан.

Недосказанность и неточность раннего русского законодательства были обусловлены в первую очередь скудным опытом правотворчества. Показательные примеры пробелов и коллизий можно обнаружить в Судебнике 1497 года. Этот нормативно-правовой акт знаменует новую эпоху в истории государства и права России — становление централизованного Русского государства, и, соответственно, приведение в соответствие русского законодательства и распространение его на территорию всего государства.

Главной целью Судебника было распространение власти великого князя на всю территорию Руси. Судебник внес единообразие в судебную практику, отрегулировал ее организационные отношения. В нем впервые была сформулирована норма о том, что выполнение его статей является обязанностью судебных и административных органов. Отдельное место в Судебнике было выделено нормам, предусматривающим ответственность за преступления против собственности.

Источниками Судебника являлись Русская Правда, Псковская Судная грамота, текущее законодательство московских князей. Он не просто обобщил накопившийся правовой материал — больше половины статей было написано

заново, а старые нормы в корне переработаны. Его можно считать фундаментом, над которым стала складываться система московского, а потом и всероссийского права. Вместе с тем, анализ Судебника 1497 года показывает, что он имел значительные правовые коллизии. Например, ст. 2 Судебника вызывает некоторые вопросы, согласно которой каждый имел право обращения в суд. В нем говорилось, что какой бы жалобник к боярину не пришел, отсылать его нельзя, а давать всем жалобником управу. В противном же случае: «сказати великому князю, или к тому его послати, которому которые люди приказаны ведати» [1, с. 54]».

Следовательно, в суд имел право обратиться и холоп на действия своего хозяина. Так ст. 4—7 указывают точную сумму полевых пошлин, которые платятся боярину, дьяку, окольниковому. Ст. 49 и 52 указывают на право нанять наймита. Таким образом, для того, чтобы обратиться в суд человек должен был иметь достаточное количество средств. Судебные пошлины взимались за непосредственное обращение в суд (ст. 3), а так же за розыск ответчика и обеспечение его явки в суд, за производство недельщиком расследования по делу (ст. 29). Следовательно, даже имея законодательно закрепленную возможность обращения, не каждый человек мог позволить себе подать жалобу боярину, а тем более князю.

Такие противоречия приводили к недовольству всех слоев населения, как правящего сословия, так и крестьян. Одни — что все — таки дали право обращения в суд крестьянству, хотя бы чисто формально, и пытались обойти это право с помощью двойственного характера законодательства, вторые — что часто не могли воспользоваться данными правами по этой же причине. Не могли прийти к одному мнению и историографы буржуазного и советского периода.

И.Д. Беляев трактует ст. 2 Судебника как зарождение принципа равенства всех классов общества. Он считает, что перед законом, перед судом крестьянин имел равное право с боярином и купцом на покровительство и защиту закона: он мог вчинать иски и на купца, и на боярина, и на духовное лицо; равным

образом, и боярин и священнослужитель только судом могли искать на крестьянина.

Л.В. Черепнин указывает, что феодальный суд Русского государства конца XV—XVI веков применял статью 2 в интересах господствующего класса. Требования Судебника не отсылать жалобников и давать им управу давало возможность судьям во время судебных тяжб, защищая землевладельческие позиции феодалов, отказывать в иске ведущим с ними спор за землю крестьянам потому, что они не искали «управы» своевременно. Подтверждая свои слова, Л.В. Черепнин приводит пример из правой грамоты 1504 г. митрополичьей кафедре по ее делу с черными волостными крестьянами о наволоках на реке Шексне, когда крестьяне говорили об отсутствии управы, о которой говорится в статье 2 Судебника. Судья, исходя из той же самой статьи 2, обвинял их в том, что они не искали управы. Таков замкнутый круг, в котором оказывалось крестьянство, которое пыталось отстаивать свои права в соответствии со ст. 2. Судебника 1497 года.

Только статья 7 Судебника 1550 года содержала в себе однозначный смысл по работе с обращениями жалобников и мерах, принимаемых к тем, кто отошлет от себя жалобника, а жалобницы у него не возьмет и предвещала им государственную опалу.

Классической коллизией является статья 57 Судебника 1497 года «О христианском отказе». Она вводит в рамки закона отказ крестьян от помещика [1, с. 61].

Вместе с тем, она ограничивает право этого отказа, установив определенный, Юрьев день, т. е. 26 ноября, и введя «пожилое». Неоднозначность, противоречивость статьи привела к тому, что в буржуазной и советской исторической литературе господствовали противоположные точки зрения на ее исполнение и свободу русского крестьянства до XVI века.

По мнению дореволюционной историографии, в ст. 57 Судебника надо видеть не ограничение крестьянского перехода, а, напротив, стремление его облегчить. Они считали, что Судебник не внес ничего принципиально

нового в отношении между крестьянами и землевладельцами, а лишь закрепил положительным законом верховной власти то, что уже прежде было утверждено обычаем. Ст. 57 Судебника расценивается как подтверждение ранее существовавшего права свободного перехода крестьян с одной земли на другую.

Советские ученые считают, что значение постановления Судебника о Юрьеве дне осеннем заключается не в том, что он впервые ввел этот день в качестве срока крестьянского отказа, а в том, что, возведя его в общегосударственную норму и установив принцип обязательного платежа пожилого крестьянином при уходе от землевладельца, создал юридические предпосылки для усиления крепостной зависимости крестьянства и роста феодальной эксплуатации.

Кроме этого, в Судебнике 1497 года были и существенные пробелы в области судопроизводства: статьи 1 и 33 Судебника четко указывают на запрещение требовать и брать взятки.

Ст. 1. «Судите суд боярам и околичим. А на суде быти у бояр и околичих диаком. А посулов боярам, и околичим, и диаком от суда от печалования не имати: також и всякому судие посула от суда не имати никому. А судом не мстити, ни дружити никому» [1, с. 54].

О массовом распространении и вреде их вынуждены были говорить во всеуслышание даже представители высшего духовенства, например на это жаловался Кирилл Белозерский Можайскому князю Андрею Дмитриевичу. Однако распространение посулов было настолько велико, что составители Судебника не решились, кроме общего запрещения, указать на конкретные санкции за совершение этого преступного действия. Понадобилось больше пятидесяти лет, что бы в законе появилось упоминание о наказании за это преступление.

В Судебнике 1550 года уже имеются статьи о запрете записи дел не по суду, не в соответствии с происходившем на суде или без казначеева

ведома и брать за подобные действия посул. Наказанием для данного вида правонарушений была предусмотрена тюрьма.

А самому подиачею, которой запишет не по суду для посула без дьячего приказу, казнить торговою казнию, бить кнутом.

Так же, согласно ст. 19 «О неправом суде» рассмотрение дела с нарушением установленных правил судебного разбирательства влекло за собой недействительность судебного решения по данному делу: «А кого обвинит боярин не по суду и грамоту правую на него съ диаком даст, ИНО ТА ГРАМОТА не в грамоту...» [1, с. 57].

Судья, виновный в разборе дела «не по суду», обязан был возместить сторонам понесенные ими расходы, «а взятое отдати назад», то есть предполагалось возвращение сторон в изначальное положение, существовавшее до принятия решения.

Однако, кроме возмещения «взятого» у сторон, судья не подвергался какому — либо иному наказанию «а боярину и диаку в том пени нет». Безнаказанность же всегда ведет за собой вседозволенность.

Нечетко определена законом категория добрых людей. В ст. 12 суд признает слова и доводы «добрых» людей неоспоримым доказательством вины подозреваемого и исходя из этого назначает наказание, несмотря на отсутствие улик, тем самым дает возможность широкому распространению наговору.

«А на кого взмолвят детей боярских человек пять или шесть добрых, по великого князя по крестному целованию, или черных человек пять-шесть добрых христиан целовалников, что он тать, а довода на него в прежнем деле не будет, у кого крал или кому татбу плачивал, ино на том взяти исцеву гибель без суда» [1, с. 55].

Кого относит Судебник к категории «добрые люди»? Некоторые ученые считают, что это представители господствующего класса и черного крестьянства, зарекомендовавших себя. Однако сам закон эту границу не очерчивает. Возможно, круг добрых людей мог определяться непосредственно самим судьей или приставом. Им предоставлялось право

признать «ведомым лихим человеком» любого, а именно «облиховать». Следовательно, от них зависела жизнь подозреваемого, так как последующее доказательство виновности оговоренного не требовалось.

Далее, в соответствии со ст. 14 «О татиных речех», расписывая действия суда в отношении «татя» не указывается срок проведения обыска и нахождения на поруках.

Ст. 34 раскрывает обязанности недельщика: он не должен поддаваться на подкуп и обязан действовать непредвзято, но нет мер принуждения, заставлявших недельщика исполнять все по закону. «А которому дадут татя, а велят его пытати, и ему пытати татя безхитростно, а на кого тать что взговорит, и ему то сказати великому князю или судии, которой ему. Татя дасть, а клепати ему татю не велети никого. А пошлют которого неделщика по татей, и ему татей имати безхитростно, а не норовити ему Никому. А изымав ему татя, не отпустити, ни посула не взяти; а опришних ему людей не имати» [1, с. 58].

Кроме того, в статье только сказано, что отпускать «татя» недельщик не вправе. Дальнейшие действия недельщика законодательством не предусмотрены.

Статьи с 28 по 30 рассматривают действия лиц, участвующих в уголовном процессе. Но их действия не имеют завершенности.

В ст. 28 говорится об оформлении приставных грамот и о вознаграждении, которое получают дьяк за подпись приставных, а печатник за приложение к ним печатей. Это вознаграждение вычитается из суммы «езда», получаемого недельщиками. Но наказание, в случае если данная сумма будет самовольно изменена дьяком или печатником, не предусмотрено.

Ст. 29 повествует о двух различных вознаграждениях для приставов: хоженое (плата за исполнение поручения в пределах Москвы) и езд (плата за посылку в другой город). Так же она запрещает приставу брать поминки, что может обозначать либо подарки, посулы, взятки, либо пошлины.

Но она не оговаривает тот случай, если пристав все-таки возьмет поминки, и не предусматривает никаких по этому поводу санкций.

Ст. 30 предусматривает нормы вознаграждения недельщикам за проезд от Москвы до других пунктов страны, но она не предусматривает тот случай, если недельщику выдадут вознаграждение меньше положенного: будет ли это являться преступлением и последует ли за это наказание. «УКАЗ О ЕЗДУ. А езду от Москвы до Коломны полтина, до Коширы полтина, до Хотуни десеть алтын, до Серпухова полтина; до Тарусы 20 алтын... [1, с. 57]».

Таким образом, данные статьи не предусматривают наказание за их нарушение.

Есть пробелы и в области уголовного права. В ст. 8. «А Татбе» вводится новое понятие — лихое дело.

«А доведут на кого татбу, или разбой, или душегубство, или ябедничество, или иное какое лихое дело, и будет ведомой лихой, и боярину того велети казнити смертной казнью, а исцево велети доправить изь его статка а что ся у статка останеть, ино то боярину и дьяку имати себе...» [1, с. 55].

Перечень же «лихих дел» весьма туманен и оставляет за судьей право подводить под это понятие любое деяние, нарушающее интересы господствующего класса или посягающее на установленный в государстве порядок. Лихим человеком мог быть признан любой человек, хотя бы не совершивший никакого конкретного деяния — измены, поджога, подмета, но сочувствовавший, поддерживающий требования народа и в силу этого являющийся человеком, опасным для господствующего класса. Такие неточности формулировок дают почву для развития произвола судей.

Судебник ничего не говорит о моментах, исключающих вменение, то есть об условиях, освобождающих лицо от ответственности за совершенное преступление в силу малолетства или преклонного возраста, тяжелой болезни, увечья и т. д.

В Судебнике также не сказано, учитываются ли обстоятельства смягчающие или отягчающие наказание, играло ли роль при определении вины состояние опьянения преступника, различается ли преступление по стадиям совершения.

Одним из примеров пробела в наследственном праве может служить ст. 60 Судебника. При отсутствии завещания (духовной грамоты) вступало в действие наследование по закону.

Наследство получал сын, при его отсутствии — дочь. За неимением дочери, наследство переходило к ближайшему родственнику. Но в статье не оговариваются случаи, если у умершего будет несколько детей (дочь и сын, две дочери). Так же ничего не говорится о точном порядке наследования, кто именно считался по статусу ближним из его рода. В статье не упоминается вдова.

При рассмотрении Судебника 1497 года нельзя категорично утверждать, что он защищал интересы только господствующего класса. В те времена это можно считать революционной попыткой дать возможности защищать свои права зависимому населению. Основной, пожалуй, проблемой техники составления Судебника являлся непродуманный механизм реализации норм и в некоторых случаях отсутствие реальных санкций для представителей господствующего класса.

Необходимо также отметить понимание законодателем необходимости изменения законов с течением времени, в связи с развитием общественных отношений. Поэтому он стремился в других источниках права восполнить пробелы, даже карая нарушителей — представителей правящего сословия.

Список литературы:

1. Российское законодательство X—XX веков. В 9 т. Т. 2: Законодательство периода образования и укрепления Русского централизованного государства / Под общ. ред. О.И. Чистякова; Отв. ред. тома А.Д. Горский; Рец. В.И. Корецкий. — М.: Юридическая литература, 1985. — 520 с.

СЕКЦИЯ 2. СОЦИОЛОГИЯ

ЦЕННОСТНОЕ ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К ЗДОРОВЬЮ

Берестова Евгения Михайловна
студент Пермского государственного
национального исследовательского университета,
РФ, г. Пермь

Гордеева Светлана Сергеевна
научный руководитель, старший преподаватель Пермского государственного
национального исследовательского университета,
РФ, г. Пермь

Студенческая молодежь представляют особую социальную группу, с одной стороны, открытую всем изменениям, новшествам, инновациям, с другой стороны, выступающую чутким индикатором разворачивающихся в социуме трансформаций и нововведений. Образую собой потенциал развития общества, на который обращены многие надежды на лучшее, они находятся в зоне пристального внимания к себе со стороны психологов, социологов, педагогов, политиков. Во многом это обусловлено тем, что от того, какой ценностный фундамент будет у нее заложен, во многом зависит будущее развитие общества.

В последние 5 лет смертность российских подростков в возрасте 15—19 лет находилась в пределах 108—120 на 100 000 населения данного возраста. Этот показатель в 3—5 раз выше, чем в большинстве стран Европейского региона, данный показатель обусловлен поведенческими факторами такими как: алкоголизм, курение, депрессии, зависимости и др., то есть то, что обуславливает отношение подростков к своему здоровью. Состояние здоровья российских подростков существенно хуже, чем у их сверстников в других странах, поэтому в настоящее время в России сформировалась

актуальная проблема сохранения и укрепления здоровья для всех возрастных групп населения [1, с. 5].

В качестве важнейшего фактора здоровья авторами (Журавлева И.В., Коновалова Н.Л., Мясищев В.Н., Реан А.А. и др.) называется ценностное к нему отношение. Изучению проблемы ценностного отношения к здоровью посвящены исследования Т.В. Белинской, Е.В. Водневой, Г.К. Зайцева, В.М. Кабаевой, Л.С., В.Н. Беленова, В.С. Кучменко, Овчинниковой и др.

Отношение к своему здоровью — это подлинный социокультурный феномен, который «представляет собой систему индивидуальных, избирательных связей личности с различными явлениями, окружающей действительности, способствующими или наоборот, угрожающими здоровью людей, а также определенную оценку индивидом физического и психологического состояния» [3, с. 179]. Отношение к здоровью проявляется в действиях, суждениях и переживаниях людей относительно фактов, влияющих на их физическое и душевное благополучие. В качестве двух составляющих понятия «отношения к здоровью» выделяют «самосохранительное отношение и поведение» и «саморазрушительное отношение и поведение» [4, с. 71]. «Отношение к здоровью» как социологическое понятие было впервые описано И.В. Журавлевой (1989), в настоящее время широко используется в литературе по проблемам здоровья. Два взаимодополняющих направления составляют отношение к здоровью: сохранения и совершенствование здоровья человека. Отношение к здоровью оценивается на уровнях: индивида, социальных групп, государства и общества в целом. Отношение индивида к здоровью определяется как сложившиеся на основе имеющихся знаний у человека оценка собственного здоровья, здоровья как жизненной ценности, а также как совокупность в сфере здоровья [5, с. 91].

Студенческая молодежь, как возрастная группа подвержена большому риску заболевания в связи с большой психоэмоциональной и умственной нагрузкой. Многим студентам приходится адаптироваться к новым условиям проживания и обучения в вузах, что существенно влияет на состояние здоровья.

Вместе с тем, состояние здоровья студенческой молодежи России — важнейший фактор, определяющий жизнь всего общества в ближайшей и отдаленной перспективе.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представил данные о том, как российские студенты оценивают состояние своего здоровья. По данным ВЦИОМ, в 2009 г. количество российских студентов, оценивающих свое здоровье как «хорошо» 24 %, 3 % «очень хорошим», 49 % сообщали об «удовлетворительном состоянии» здоровья, 19 % «слабое здоровье», 4 % «очень слабое». Согласно данным ВЦИОМ, главное в жизни российских студентов — здоровье и наличие хороших и верных друзей. Важное место в их сознании занимает любовь. Студенты хотели бы иметь хорошую семью и быть материально обеспеченным, при этом не обязательно за счет хорошей интересной работы. Материальные ценности и развлечения еще не стали для них главными в жизни, тем не менее, значение духовных и интеллектуальных ценностей существенно снизилось. Студенты считают, что жизнь, полная развлечений и удовольствий, предполагает материальный достаток, что в свою очередь приведет к уверенности в себе, свободе и независимости в действиях. Характер отношения к здоровью студентов парадоксален, т.е. наблюдается несоответствие между потребностью человека в хорошем здоровье, с одной стороны, и его усилиями, направленными на его сохранение и укрепление.

«Ценностное отношение к здоровью» это внутренний механизм поведения, направленный на сохранение и укрепление здоровья, в основе которого лежит высокая субъективная значимость здоровья и его осознание как предпосылки реализации своих жизненных задач.

На основе проведенного теоретического исследования, выявлена концепция формирования ценностного отношения к здоровью у молодежи, состоящая из следующих положений: 1) Психофизическое здоровье личности определяется двумя взаимосвязанными и дополняющими друг друга компонентами: мировоззренческим (здоровый образ жизни) и поведенческим

(здоровый стиль жизни). 2) Добровольное, осознанное принятие личностью ценностей здорового образа и стиля жизни происходит в процессе реализации ею ценностного отношения к своему здоровью [2, с. 19]. 3) Ценностное отношение к здоровью формируется в ходе ценностно-ориентированной деятельности индивида. Именно такая деятельность, в которой молодежь выступает, как полноправный субъект целенаправленного процесса, обеспечивает формирование и единство всех четырех компонентов ценностного отношения: чувств, разума, воли и поведения. 4) Ценностная ориентация на приоритет здоровья в процессе жизнедеятельности молодежи является движущей и направляющей силой, мобилизующей волевые усилия личности на достижение поставленной цели — психофизическое здоровье.

Выявлено, что характер отношения к здоровью студентов парадоксален, т. е. наблюдается несоответствие между потребностью человека в хорошем здоровье, с одной стороны, и его усилиями, направленными на его сохранение и укрепление, так как когнитивный и мотивационно — поведенческий компоненты имеют отрицательную корреляцию.

Здоровье человека определяется комплексом условий и факторов, знаний которых, направленно для эффективного решения вопроса предупреждения социального риска и охраны здоровья молодежи. Главной составляющей отношение к собственному здоровью, является позиция самого человека, отношения к своему здоровью направленного в положительную сторону. Чтобы сформировать у молодежи ценностное отношение к здоровью, необходимо их самих сделать творцами, созидателями, преобразователями, исследователями собственного здоровья.

Список литературы:

1. Альбицкий В.Ю., Иванова А.Е., Ильин А.Г., Терлецкая Р.Н. Смертность подростков в РФ //Научный Центр здоровья детей РАМН. Москва 2010. ISBN 978-5-903263-20-2. С. 5.
2. Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. 2009. № 2 , ISSN 1997-9541\ \ УДК 378.172\Исследования ценностного отношения к здоровью студентов — С. 19.
3. Димов В.Д. Здоровье как социальная проблема // Социально гуманитарные знания. 1999. № 6. С. 166—179.
4. Козина Г.Ю. Концептуальная модель воздействия социальных фактов на формирование здоровья человека. статья // X Социологические чтения преподавателей, аспирантов и студентов: межвузовский сборник научных трудов. Пенза, 2008. С.64-71.
5. Федоров А.И Отношение подростков к здоровью: социологический анализ // Образование и наука. 2008. №1 (49). С.91-96.

ОБЩЕСТВЕННОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ РОССИИ КАК СОЦИАЛЬНАЯ СИСТЕМА И ИНФОРМАЦИОННАЯ ЕДИНИЦА

Вальянов Никита Александрович

*студент Сибирского федерального университета,
РФ, г. Красноярск*

Палиева Зинаида Ивановна

*научный руководитель, доц. Сибирского федерального университета,
РФ, г. Красноярск*

Общественное телевидение России — важная ступень в формировании и развитии отечественного телевизионного вещания на современном этапе. Сегодня стоит говорить о том, что система телерадиовещания переживает особый кризис. Он заключается в том, что место «информационного гиганта» среди средств массовой информации по освещению и распространению массовых, социально значимых событий (в том числе медиа- и псевдособытий) сегодня занимают интернет-СМИ. Формируя определенную социальную картину мира, они вытесняют телевидение как один из главных инструментов воздействия на общественное сознание, тем самым определяя его как СМИ второго плана, в то время как газеты и, по большей части, журнальная периодика (в основном, традиционная) продолжают занимать нишевые позиции.

В последнее время на достаточно высокий уровень (для решения социальных проблем) вышло Общественное телевидение России, которое начало официальное вещание в мае 2013 года. Исследователи определяют общественное телевидение как некую «социальную форму организации» [2, с. 215].

Общественное телевидение является одной из доминирующих моделей организации мировой телевизионной индустрии. Сегодня оно имеется во многих западноевропейских странах (Великобритания, Франция, Германия, Италия, Нидерланды). Кроме этого, общественных телевещателей имеет Япония, Индия, Австралия, Канада, а также страны СНГ.

В научной литературе сегодня существуют несколько классических определений понятия «общественное телевидение».

И.В. Григорьева считает, что общественное телевидение — это средство массовой информации, которое предоставляет информацию, помогающую зрителю сформировать наиболее объективное понимание сути происходящего. Факты, сообщаемые общественным телевидением, должны подвергаться тщательной проверке. Автор статьи отмечает, что обеспечение зрителей независимой, объективной информацией — одна из основных задач общественного вещания [2, с. 217].

Н.Е. Орешкина придерживается мнения, что общественное телевидение — это «некоммерческий институт, находящийся в общественной или государственной собственности, отвечающий за выполнение ряда общественных функций, возложенных на него государством или иным институтом регулирования вещательной деятельности в стране, посредством вещания на одном или нескольких телевизионных каналах» [5].

С.С. Сумленный в своей статье «Общественное телевидение в России и мире: проблемы и перспективы» определяет общественное телевидение как независимые медиа, отражающие интересы широкого спектра общественных групп [6, с. 43].

В типовом законе «Об общественном телерадиовещании», который подготовил директор Юридического департамента Европейского вещательного союза Вернер Румпхорст отмечается, что общественное телевидение — это «всякое телевидение, удовлетворяющее трем условиям: оно должно служить обществу, финансироваться обществом и контролироваться обществом». Этот подход до сих пор считается классическим в определении понятия «общественное телевидение» [4].

Исходя из общепринятых определений понятия «общественное телевидение», мы раскроем свое понимание того, что оно представляет собой в России, опираясь на характеристики и базовые принципы российского общественного телевидения.

Цель исследования — рассмотреть «Общественное телевидение России» в общем и частном аспектах: как социальную систему и как информационную единицу (средство массовой информации).

Основные задачи исследования:

- дать определение понятиям «общественное телевидение» и «общественное телевидение России»;
- рассмотреть отдельные элементы «Общественного телевидения России» как системы и как информационной телевизионной единицы и дать им характеристики;
- дать общую характеристику «Общественному телевидению России» на стадии его становления.

Новизна исследования состоит в том, чтобы рассмотреть особенности деятельности и функционирования «Общественного телевидения России» как общего социального проекта, так и отдельно взятого информационного медиаобъекта (телеканала).

К вопросу об автономности общественного телевидения как некой социальной единицы в своих теоретических работах обращаются такие отечественные исследователи, как А.Г. Качкаева, В.И. Савинков, С.С. Сумленный, И.В. Григорьева.

Отметим, что телевидение представляет целостную систему, формирующую информационные, социокультурные и этико-психологические установки. И в этом плане стоит говорить о его функционально-целевом предназначении. И общественное телевидение в этом смысле не исключение, так как оно, прежде всего, имеет социально-культурную доминанту.

Общественное телевидение России по своей структуре — достаточно уникальное и феноменальное явление. Его можно рассматривать и как целостную систему, и как информационную единицу — часть этой самой системы.

Рассматривая Общественное телевидение России в **системном** аспекте (как некий общественный проект) отметим, что его основными систематизирующими (или частными) компонентами являются **контрольные**

органы (Совет по общественному телевидению), **органы управления** (Наблюдательный совет и генеральный директор, ревизионная комиссия и Совет по использованию целевого капитала), собственно, сам **телеканал** (руководство, редакция и другие представители СМИ), а также **общество**, которое делает определенный заказ (и, по определению, организует общественное телевидение).

Учредителем Общественного телевидения России (ОТР) является правительство. Все свои властные полномочия на основе Устава оно передает органам управления в лице генерального директора. Формально учредитель также является определенным звеном в системной цепи, формирующей проект общественного телевидения России, но фактически оно только передает властные полномочия представительному лицу и контроля со своей стороны не имеет, так как данные функции выполняет главный надзорный орган (Совет по общественному телевидению).

На рисунке 1 показана простейшая схема функционирования общественного телевидения России как общего федерального социального проекта. Взаимосвязи между формирующими его элементами исходят из целевых и функциональных (рабочих) стратегий. Сейчас рассмотрим каждое частное звено в системной цепи отдельно.

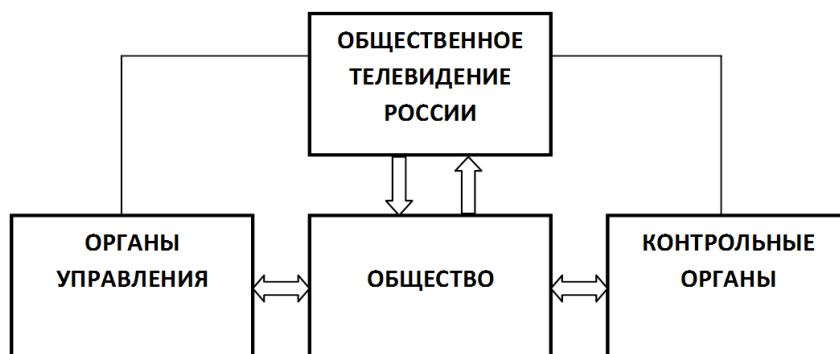


Рисунок 1. Общественное телевидение России как система

Общественное телевидение России в данной совокупности представляет собой отдельное средство массовой информации, которое, в свою очередь, также является некой системой. И поэтому данный элемент целесообразно рассматривать как отдельный телеканал со своим руководством, редакцией, программной политикой, его ролью и местом в современном медиапространстве. Поэтому мы рассмотрим ОТР как отдельно взятую из общей системы информационную единицу (об этом речь пойдет дальше).

Общество, конечно, является центральным звеном. Исходя из многих теоретических работ, именно социум формирует конкретный заказ СМИ, исходя из своих вкусов, идей и потребностей, а телеканал уже этот самый заказ выполняет, но в соответствии с целями, принципами и задачами, определенными в Уставе [7].

Кроме того, на начальном этапе развития ОТР финансируется государственными субсидиями (а это общественные налоги и сборы), добровольными пожертвованиями общества, а также иными другими источниками дохода, прописанных в проекте концепции «О создании общественного вещания в Российской Федерации» [3].

Проследить тесную взаимосвязь между обществом и вещателем помогает формула, выведенная доктором В. Румпхорстом. Определение гласит, что всякое общественное телевидение удовлетворяет трем условиям: оно должно служить интересам общества, финансироваться обществом и контролироваться обществом. Однако данная концепция (применительно к ОТР) остро обсуждается современными журналистами, политологами и медиааналитиками.

В *органы управления* входит Наблюдательный совет во главе с генеральным директором. Согласно Уставу ОТР, генеральный директор является единоличным исполнительным органом организации. Он осуществляет действующее руководство деятельностью вещателя, а также выполняет функции главного редактора телеканала. Генеральный директор назначается

указом президента, и правительство (т. е. учредитель) передает ему все властные полномочия.

Наблюдательный совет — коллегиальный высший орган управления организации, который состоит из 7 представителей. В компетенции Наблюдательного совета — определение приоритетных направлений профессиональной и творческой работы организации, финансовое планирование его деятельности. Наблюдательный совет формируется Советом по общественному телевидению.

Совет по общественному телевидению представляет собой *контрольный (надзорный) орган*. Его основная функция — общественный контроль за деятельностью телеканала. Кроме того, он определяет состав Наблюдательного Совета. Как отмечает Е.В. Абашина, этот совет выполняет роль «общественного контролера и буфера» [1].

Кроме этого, в органы надзора входит ревизионная комиссия (она осуществляет контроль за финансово-хозяйственной деятельностью) и совет по использованию целевого капитала (следит за выполнением целенаправленного использования денежных средств).

Органы управления и органы надзора могут назначаться высшими должностными лицами из представителей различных групп общественности.

Таким образом, мы попытались рассмотреть Общественное телевидение России как некий общий социальный проект, который в своей совокупности представляет собой деятельность различных органов (управления и контроля), телеканала и общества.

Далее мы рассмотрим Общественное телевидение России как отдельно взятый элемент, представляющий собой российский федеральный независимый телеканал (таким он является по определению) и осуществляющий свою деятельность в лице руководства, редакции и различных представителей общественности.

Как отдельная функциональная единица Общественное телевидение России также представляет собой систему, а точнее — подсистему. Это — совокупность информационных, технологических, материальных и челове-

ческих ресурсов, которые в тесном взаимодействии помогают сформировать целостное представление о функционировании и стратегической направленности телеканала (в данном случае, преимущественно, социальной). Это позволяет целевой аудитории, различным СМИ и прочим участникам массовой коммуникации определить непосредственно свое отношение к программной политике, идеологическим и различным векторным характеристикам (тем основным направлениям, которые сегодня реализует общественное российское телевидение).

Здесь мы анализируем общественное телевидение России как объект с информационной составляющей. Главная его задача заключается в предоставлении объективной, достоверной информации с беспристрастной манерой подачи. На уровне мировой практики такая тактика уже давно отработана. Можно сказать, что данный принцип является основополагающим.

На рис. 2 показана схема, изображающая Общественное телевидение России как отдельно взятый информационно-вещательный элемент, представляющий из себя определенную систему, включающую различные типы ресурсов. Эти ресурсы необходимы для организации и формирования политики управления, профессиональной и творческой, в том числе и производственной деятельности, а также для позиционирования ОТР как независимого объекта российской медиасферы, который определяет свои законы и принципы социокультурного диалога с целевой аудиторией — то есть обществом.

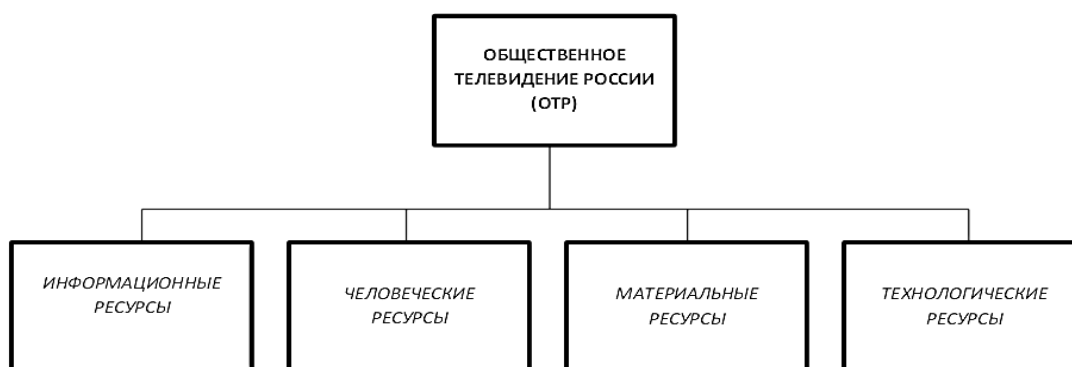


Рисунок 2. Общественное телевидение России как информационная единица

Под *информационными ресурсами* понимается конкретные информационные поводы, анонсы, пресс-релизы, архивы или события, которые получают в результате взаимодействия руководства, редакции «Общественного телевидения России» с представителями других средств массовой информации, различных медиа, а также с представителями общественности. Важным источником информационной базы является авторитетный ее представитель — человек (как очевидец, герой и т. д.). Сюда можно включить и различные общественные знания, полученные в ходе социальной практики. Одним из современных видов информационных ресурсов можно рассматривать и Интернет.

Информационные ресурсы являются важнейшей базой, формирующей новостийный контент или наполнение других важных программ социально-политического или культурного значения на «Общественном телевидении России».

Система организации съемок, телевизионного (эфирного) вещания, прямого включения, а также работа монтажной, режиссерской группы представляет собой *технологическую базу*. К производственным ресурсам также можно отнести организацию цифрового вещания, что сегодня в принципе представляет новый тип работы в средствах массовой информации. Отметим, что в этом смысле, телеканал «Общественное телевидение России» включен в первый мультиплекс цифрового телевещания по стране.

Человеческий потенциал (трудовые ресурсы) — это, прежде всего, часть общества, занятая в сфере производства. К данной группе относим руководство, редакции программ, творческие объединения и группы, занимающиеся определенной производственной деятельностью и обладающих набором профессиональных качеств (журналисты, редакторы, операторы, продюсеры, архивариусы, режиссеры, монтажеры). Также мы включаем и других спецработников, занимающихся иной деятельностью, связанной с работой организации.

А к *материальным ресурсам* можно отнести материалы или продукцию, необходимую для реализации полноценной производственной деятельности.

В своей тесной взаимосвязи данные элементы позволяют в конечном итоге выдавать то, над чем организация работает, а именно — достоверную, объективную и социально значимую информацию. Именно информация формирует новостийный контент, что для общественности имеет особую важность. Отметим, что главная информационная программа новостей на Общественном телевидении России выходит каждый час (в постоянном обновлении).

Общественное телевидение России можно рассматривать как внутреннюю социальную организацию, которая, в свою очередь, выстраивает отношения и формирует определенные связи с внешней средой (представителями СМИ, различных медиа и прочих участников социально-информационного диалога). Тем самым мы определяем, что «Общественное телевидение России» занимает важную нишу в российском медиaprостранстве, выполняет социально значимую роль. И роль эта заключается, прежде всего, в служении обществу.

Итак, попробуем дать собственное определение понятию «Общественное телевидение России» в широком и узком понимании.

Общественное телевидение России в широком смысле — это федеральный системный проект, основанный на правовой базе, который включает в себя не только конкретный телеканал, но также и органы управления, контроля, и представителей различных групп общественности, которые в своем взаимодействии помогают в реализации общественных задач.

Общественное телевидение России в узком смысле — это отдельное телевизионное средство массовой информации, с присущими ему признаками независимости, доступности и объективности. Это федеральный телеканал, выполняющий миссию «социального заказа», играющий социально значимую роль и имеющий социальное стратегическое назначение в сознании российского общества.

Общественное телевидение России — один из немногих отечественных каналов, существующих в российских масс-медиа, преследующих социально-значимые цели, руководствующийся социокультурными мотивами и потребностями, имеющий общественную направленность.

Главное его отличие — это доступность для всех и каждого. Он имеет различные тематические блоки — общественно-политический, молодежно-подростковый, культурно-спортивный, а также отдельный блок, в котором размещаются программы зарубежных вещателей. Это позволяет говорить о том, что для каждого сегмента зрительской аудитории всегда найдется интересный контент, главное — подготовить его с большим творческим основанием.

Список литературы:

1. Абашина Е.В. Механизмы формирования Совета управления общественного вещателя в России и странах Закавказья / Е.В. Абашина // Медиаскоп. — № 2. — 2013. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.mediascope.ru/node/1378> (дата обращения: 18.12.13).
2. Григорьева И.В. Эталон классической модели общественного телевидения в новомедийной среде / И.В. Григорьева // Ученые записки Российского государственного социального университета. — 2010. — № 9 (85). — С. 215—221.
3. О создании общественного вещания в Российской Федерации (Проект концепции) от 29.02.1012. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — http://www.president-sovet.ru/structure/group_16/materials/proekt-conc.php.
4. Общественное телерадиовещание: документы, комментарии, рекомендации. Информационно-издательское агентство «ЛИК». — СПб. — 2000. — 192 с.
5. Орешкина Н.Е. Общественное телевидение в информационном обществе: британская модель: автореф. дис. М. — 2005.
6. Сумленный С.С. Общественное телевидение в России и мире: проблемы и перспективы // Россия и мир в новом веке. — 2005. — № 3. — С. 40—54.
7. Устав АНО «Общественное телевидение России» от 12.09.2012 № 1679-р. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — <http://www.otr-online.ru/resources/userFiles/documents/a1bc7d0b48.pdf>.

«МАКДОНАЛЬДИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ», НА ПРИМЕРЕ АГЕНТСТВ «ПОМОЩИ СТУДЕНТАМ»

Ильченко Оксана Викторовна

*студент Дальневосточного федерального университета,
РФ, г. Уссурийск*

Назаров Михаил Серафимович

*научный руководитель, доц. Дальневосточного федерального университета,
РФ, г. Уссурийск*

Макдональдизация — это процесс, основанный на принципах эффективности, просчитываемости, предсказуемости и контроля, благодаря которым организация добивается доминирования в различных сферах жизни современного общества.

Дж. Ритцер впервые обратил внимание на потребление, которое становится частью производства.

В своей теории о «Макдональдизации общества» он внимательно рассматривает принципы, на которых строятся отношения в данном обществе.

«Отгалкиваясь» от этих принципов, необходимо проверить являются ли агентства «помощи студентам» макдональдизированными организациями. А также выяснить каким образом спрос на услуги данных агентств влияет на качество образования будущих дипломированных специалистов.

Итак, что же представляют собой данные агентства?

Агентства «помощи студентам» — это организации, которые выполняют учебные работы на заказ. Данные предприятия предлагают широкий спектр услуг, от написания рефератов и контрольных работ, до написания отчетов по практике и дипломов.

Исходя из характеристики данных организаций, на первый взгляд, кажется, что данные структуры уж точно не являются макдональдизированными.

Ведь макдональдизированные организации — это те, чья деятельность поставлена на поток. В то время как учебные работы не могут быть одинаковыми в силу того, что темы тех же рефератов у разных студентов свои.

При этом ни одна из таких структур не определяет какие-либо критерии отбора для написания, т. е. такие организации готовы помочь всем.

Исходя из теории Дж. Ритцера о Макдональдизации общества, первым обязательным условием макдональдизированных систем является эффективность.

На что направлена деятельность данных агентств? Казалось бы, зачем задавать такой вопрос, если все уже понятно из самого названия организации — конечно же, главная цель таких организаций — это помощь студентам в написании учебных работ.

Итак, это первый промах, потому что данные агентства «помощи студентам» — это в первую очередь коммерческие организации, следовательно, основной целью их открытия является получение прибыли, а уже потом помощь каким-то там студентам.

Вспомним, что по теории Дж. Ритцера принцип эффективности макдональдизированных систем, заключается именно в получении прибыли, тогда как удовлетворение желаний потребителей отходит на второй план.

Также не стоит забывать, о «навязанных потребностях», которые являются завуалированным источником прибыли.

Данные организации, рекламируя себя, мягко говоря, навязывают свои услуги студентам. Ведь, если бы их не было, то студентам пришлось бы писать необходимые работы самостоятельно, и как таковая потребность в услугах подобных агентств «отпала» бы сама собой.

Понятно, что бесплатно или почти бесплатно готовы работать только благотворительные предприятия, поэтому, исходя из такого критерия, нецелесообразно сразу относить данные агентства к макдональдизированным организациям.

Другой аспект эффективности — это то, каким образом работает данная организация. В работе макдональдизированной современной структуры эффективность достигается путём установления и чёткого выполнения инструкций и правил данной организации, которые устраняют разнообразные

лишние операции. Это, в свою очередь, приводит к тому, что деятельность людей в такой макдональдизированной структуре почти исключает ошибки и простои.

Большинство сотрудников подобных агентств работают именно по такому типу. В их прайс-листе обозначены определенного вида работы, которые можно брать для написания у студентов. Выполнение (написание) каждой работы тоже расписано детально, все выполняется по образцу. Основное условие — где возможно использовать слова касающиеся темы, выполняемой работы, все остальное слова-связки.

Написание работ выполняется по типу «копировал — поменял абзацы местами — вставил». Из этого следует, что качество данных работ оставляет желать лучшего. Ведь, все работы пишутся по образцу, а «индивидуальность и эксклюзивность» — это просто слова для привлечения потенциальных клиентов.

Учитывая все, вышеизложенное можно с уверенностью сказать, что макдональдизированный принцип «эффективность» ярко выражен в деятельности данных агентств.

Но, исходя, только из совпадения по одному признаку, нельзя сделать вывод о том, что такие организации, как агентства «помощи студентам» являются макдональдизированными.

Следующий принцип макдональдизированных систем — это просчитываемость.

Если рассматривать, «просчитываемость», с точки зрения сотрудников данной макдональдизированной организации, то для них показатели количества гораздо важнее показателей качества. Здесь присутствует осознание выгоды самого сотрудника. «Чем больше работ напишу, тем больше прибыли получу». Это объясняется тем, что для персонала важна скорость, с которой выдается продукт или услуга клиенту, а идеальное качество отходит на второй план.

Качество написания работ, как уже было рассмотрено выше, оставляет желать лучшего. Всему виной — «упор» на количественные показатели.

Если рассматривать «просчитываемость», с точки зрения потребителей данных услуг (студенты), то для них важнейшее значение имеет то, за какой промежуток времени они получают работу. Ведь самое главное получить работу в срок, а уже потом думать, что и как с ней делать. Наличие работы как таковое уже само по себе «греет душу».

Да и вообще, даже когда покупаешь платье, и оно в магазине сразу показалось отлично сидящим по фигуре, по приходу домой, что-то может не понравиться. И человек дополнительно корректирует его так, как считает нужным. Также и с учебными работами: «получил — откорректировал — сдал». Поэтому о качестве учебных работ особо не задумываются ни сотрудники агентств, ни сами студенты. Следовательно, макдональдизированный принцип «просчитываемости» так же нашел свое место в деятельности агентств «помощи студентам».

Принцип предсказуемости в современных макдональдизированных организациях — это уверенность потребителя в неизменности получаемых товаров и услуг, независимо от места нахождения и времени.

Данный принцип меньше других нуждается в пояснении. Т. к. данные агентства представляют один и тот же набор услуг (контрольные, рефераты, курсовые, отчеты и т. д.).

Поэтому потребитель уверен, что если на вывеске написано агентство «помощи студентам», то в данной организации представляют помощь в виде написания работ, а не повышении стипендий или чего-то другого непосредственно связанного со студентами.

Так же деятельность данных агентств полностью совпадает с макдональдизированным принципом, в таком плане, как получение услуг независимо от места нахождения и времени.

Большинство таких организаций, представляют свои услуги не только в реальных условиях, т. е. «пришел в офис компании с 9:00 ч. до 17:00 ч. и заказал то, что нужно».

Но и в виртуальных условиях, посредством сети internet, т. к. почти у каждой такой компании есть свой веб-сайт на котором в любое время суток можно оформить заказ на любую работу из перечня возможностей данной организации.

И наконец, четвертый принцип, выделенный Дж. Ритцером — это «контроль». Причем не просто контроль, а контроль нечеловеческими средствами. К нечеловеческим средствам контроля, относятся различные компьютерные программы, видеокамеры и т. д.

Основная форма контроля, как сотрудников данной организации, так и студентов — это проверка учебной работы компьютерной программой «антиплагиат».

Данный автоматический способ позволяет выявить, в каком количестве и откуда был скопирован материал для написания работы. Разрешается определенный процент цитирования (70 % оригинального текста + 30 % цитирования).

Если проверка компьютерной программой только что «написанной», точнее сконструированной абзацами из различных похожих исследований, работы указывает, что в нескольких местах текст уж совсем поленились отредактировать и поэтому сразу заметно, откуда он взят (ссылочка также прилагается программой), то в случае, если % цитирования позволяет можно поставить ссылку, откуда этот текст взят.

Если ситуация похуже, то придется редактировать текст так, чтобы он хоть немного был похож на оригинальный и повторная проверка данной компьютерной программой показала лучший результат. Лучший, в данном случае, этот тот, который проходит по минимуму указанному в требованиях к учебной работе.

Подводя итог всего вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что такие компании, как агентства «помощи студентам» включают в себя (свою деятельность) все принципы макдональдизированных структур, выделенные Дж. Ритцером и поэтому являются макдональдизированными организациями.

Итак, определив агентства «помощи студентам» как макдональдизированную организацию, можно перейти к рассмотрению следующего вопроса, который был заявлен ранее. А именно, определить каким образом спрос на услуги данных агентств влияет на качество образования будущих дипломированных специалистов.

«Встречают по одежке, а провожают по уму» — данное выражение наиболее ярко отражает отношения во всех сферах современного общества. Если немного перефразировать это выражение, то оно будет отражать качество современного образования, а именно «встречают по диплому, а провожают по уму».

Казалось бы, причем тут диплом, если рассматриваются не выпускники вузов, а студенты? Ответ на этот вопрос достаточно прост, ведь большинство из сегодняшних студентов, рано или поздно станут выпускниками, поэтому вышеуказанное выражение больше, чем актуально.

Итак, студенческая молодежь — это группа молодежи одного возраста в конкретных исторических условиях с общими целями и потребностями, которая в отличие от других молодежных групп может характеризоваться особенностями протекания социализации в образовательном процессе.

Ключевой момент для данной категории людей — это общая цель, а именно получение диплома по специальности. Отталкиваясь от этой цели, можно предположить, что все студенты поступили на ту специальность, по которой в дальнейшем они планируют работать. Но, как бы ни печально было признавать, это далеко не так.

Несомненно, что какая-то часть студентов, действительно поступала на определенную специальность, т. к. для них это интересно, и они видят себя будущими специалистами в данной области.

Но также существуют и другие представители данной молодежной группы, а именно те студенты, которые поступили на ту или иную специальность не из-за интереса, а лишь для того, чтобы иметь «модный» диплом и соответственно высокооплачиваемую работу в будущем. Не смотря даже

на тот факт, что данная специальность мало того, что им неинтересна, так еще и учиться для таких людей по данному профилю — тяжело. Но тут им на выручку приходят уже небезызвестные агентства «помощи студентам».

Данные организации готовы помочь во всем, с чем может столкнуться студент, которому не интересно учиться, но диплом с «модной специальностью» ему необходим.

Это не значит, что такие студенты — это бездарные люди. Вовсе нет, может быть человеку нравится рисовать акварелью, но родители, друзья, соседи, а также реклама утверждают, что сегодня модно быть, например, экологом. Ведь экологические проблемы сейчас так актуальны, а профессионалов в этой области недостаточно, поэтому поступать нужно именно на это направление. А свои картинки, если уж так хочется, тоже можно рисовать либо в качестве иллюстраций к экологическим проблемам, либо в свободное время.

Поступив ни на «свою» специальность, человеку ничего не хочется делать, он все выполняет через силу, мотивируя себя тем, что нужно немного потерпеть, что все это скоро закончится, но при этом на память останется «модный» диплом.

Агентства «помощи студентам» — это как спасательный круг для таких студентов. Ведь они, в короткие сроки, готовы помочь справиться со всем, начиная от простых рефератов и заканчивая таким долгожданным, но не совсем понятным для студента, дипломом. Получается взаимовыгодная ситуация: студент получает выполненные в срок работы, в то время как агентства получают относительно постоянного клиента (считай постоянную прибыль).

Что можно сказать о качестве выполнения работ данными агентствами? В силу того, что все работы выполняются мало того, что по образцу, т. к. еще и в большинстве случаев по типу «копировал — вставил» — это говорит о том, что качество данных работ оставляет желать лучшего.

Но почему же студенты обращаются за их услугами вновь и вновь? Все элементарно, сами они сделать не могут, или не хотят в силу различных обстоятельств, таких как непонимание, лень, нехватка времени и т. д.

Если рассматривать тех, кому не интересна данная специальность, и они не понимают, чего от них хотят, то таким студентам главное — это наличие работы. Ведь они не смогут, в силу своего непонимания, отличить хорошую работу, от той, которая таковой не является. Единственное, что для них является критерием качества — это принял или не принял данную работу преподаватель. Если принял — значит хорошая, не принял — значит плохая. Все элементарно.

Стоит также учесть, что есть преподаватели, которых просто устраивает факт наличия работы, ведь для того, чтобы поставить «галочку» — этого достаточно. И не обязательно читать эти работы и вникать в суть того, что в них излагается.

Поэтому, не смотря на то, что студент может совсем не понимать сущность своих работ, он может спокойно закончить вуз и получить свой долгожданный диплом. Система знаний и образования такого студента будет выглядеть следующим образом: «получил задание — пришел в агентство — заказал — через определенное время получил выполненную работу — сдал — преподаватель принял — поставил галочку — зачет получен — и т. д. до окончания вуза».

Не нужно ни о чем думать, главное иметь средства для того, чтобы оплачивать услуги агентств «помощи студентам», а они в свою очередь сделают все остальное.

И такой студент далеко не всегда один в группе — их может быть и больше. Что показывает будущих дипломированных специалистов не с лучшей стороны, ведь знаний как таковых нет, зато есть красивый диплом, который указывает на определенные амбиции.

Так все же, что подразумевалось под фразой «встречают по диплому, а провожают по уму»? Получив диплом об окончании вуза, студент пойдет

искать работу, и в силу того, что специальность «модная», скорее всего, предложений работать будет не мало. Но все ни так просто.

Учитывая тот факт, что собственных знаний у человека нет, а агентства «помощи студентам», которые так помогали в студенческие годы, придется поменять на другие агентства, которые выполняют работу более высокого уровня. Поэтому, не смотря на «модную» специальность, такого «работника» уволят задолго до истечения испытательного срока.

Возникает проблема, продолжать следовать амбициям (своим, родителей) и работать в убыток (т. к. работы более высокого, уже не университетского, а производственного уровня будут стоить гораздо дороже студенческих), либо положить «модный» диплом пылиться на полку с ненужными документами, а самому заняться тем, на что нужно было ориентироваться раньше при выборе специальности.

Потребляя информацию, которую транслируют СМИ, люди часто забывают, о том, что все разные и уже исходя из этого, все не могут быть только «управляющими», кто-то должен и подчиняться, не смотря на то, что это не «модно», возможно в такой роли (подчиненного) человек добьется хороших результатов в работе. В то время как, будь он некомпетентным управленцем — пользы от него будет мало. Поэтому, лучше быть талантливым художником, чем бездарным, но дипломированным специалистом.

Подводя итог всего вышеизложенного, можно заметить, что агентства «помощи студентам», не смотря на свою «внешнюю добродетель» не лучшим образом влияют на качество знаний студентов и на качество образования в целом.

Как удачно отметил Дж. Ритцер, «ускорение образования приводит окончательно к его полной ликвидации, — это выражается в возможности студентов купить практически готовые курсовые работы... Возможно даже ускоренное выполнение и доставка для тех студентов, которые откладывают жульничество на последние дни» [1, с. 193].

Другими словами, можно сказать, что эффективность выполнения учебных работ данными агентствами противопоставляется эффективности и качеству образования. Ведь чем лучше работы, тем выше на них спрос, но меньше знаний у студентов и ниже качество образования будущих специалистов.

Список литературы:

1. Ритцер Дж. Макдональдизация общества — 5 / Москва, Праксис, 2011. — 592 с.

ВЗРОСЛЫЕ И СВОБОДНЫЕ, ИЛИ ПРИЧИНЫ ВСТУПЛЕНИЯ В РАННИЙ БРАК

Денисова Юлия Андреевна

*студент Саратовского государственного университета,
РФ, г. Саратов*

Косырева Влада Андреевна

*студент Саратовского государственного университета,
РФ, г. Саратов*

Иванова Екатерина Михайловна

*научный руководитель, доц. Саратовского государственного университета,
РФ, г. Саратова*

Каждый человек в нашем мире хочет быть счастливым. Под словом «счастье» каждый понимает своё, однако большинство полагают, что счастье — это семья. Крепкая, дружная семья, где есть мама, папа и дети, где царит любовь и понимание. Наверное, каждый может вспомнить, как его родители говорили: «Не торопись жениться», «Не спеши выходить замуж». Аргументировали они свои убеждения, чаще всего, неоконченным образованием, отсутствием стабильной заработной платы, жилья и т. д. Кто-то слушает родительские советы и предпочитает сначала встать на ноги, а кто-то, наоборот, действует вопреки их мнению. Поэтому проблема ранних браков очень актуальна на данный момент.

Прежде всего, необходимо разобраться с понятием «ранний брак». Юридически, это брак, заключенный молодыми людьми, не достигшими законодательного возраста. Также ранними называют браки, которые, по общественному мнению, заключены раньше стандартного возраста, т. е. в 18—20 лет. Но существует также и психологический аспект данного определения, не привязанный к конкретному возрасту, — это когда молодые люди вступают в брак, психологически неподготовленными и не понимают, что и зачем они делают [1].

История государства российского гласит: на Руси ранние браки были явлением само собой разумеющимся. Выгодной партией считался зрелый,

состоявшийся мужчина с приличным годовым доходом. Поэтому даже в начале XX века девушек выдавали замуж, едва они достигали своего совершеннолетия. Часто и избранник был нелюбимый. Но семьи складывались на долгие годы, так как развод в то время был смерти подобен [2].

Некоторые молодые люди стремятся поскорее стать взрослыми, воплощая это стремление в раннем выходе замуж (женитьбе), другие вступают в ранние браки ввиду определенных обстоятельств (беременность). Однако такие браки являются, как правило, непрочными и быстро распадаются. Общество же заинтересовано в стабильности семейных отношений, так как это обеспечивает здоровые взаимоотношения супругов, благотворно сказывается на воспитании детей, облегчает решение целого ряда социальных проблем (жилье, социальное обеспечение, трудоустройство и т. д.). Следовательно, в самом общем виде государство и общество не могут не видеть в разводе свидетельства неблагополучия в сфере семейных отношений. По этим причинам проблема ранних браков является актуальной.

В целом по России проблема ранних браков не может быть урегулирована только на законодательном уровне, поскольку в основе ее лежат экономические, социальные и иные противоречия, требующие решения.

Было проведено социологическое исследование на тему ранних браков. В нашей стране официально разрешается заключение браков несовершеннолетними только при определенных условиях и обстоятельствах. Таким обстоятельством чаще всего является незапланированная беременность. Но официальная регистрация брака не решает всех проблем молодой семьи. Такие проблемы как жилищные материальные, перед молодыми супругами встают наиболее остро. Они, не имея образования, устойчивого материального положения, жизненного опыта не всегда могут создать условия для полноценной семейной жизни. По нормам семейного законодательства РФ несовершеннолетние люди, вступившие в брак, становятся полностью дееспособными и несут ответственность за своих детей.

В одном из пунктов анкеты респондентам был задан вопрос, какой возраст они считают наиболее приемлемым для вступления в брак. Большинство респондентов старше 30 лет ответили, что таким возрастом они считают 18—22 года, среди молодежи подавляющее большинство находят оптимальным возраст от 23 лет.

Практически 70 % всех респондентов считают ранние браки недолговечными и относятся к ним отрицательно. Мнения старшего поколения и молодежи сошлись на данном вопросе, при этом также сошлись мнения мужчин и женщин. Из всех опрошенных только 7 % считают ранние браки крепкими и долговечными. Это может говорить о том, что молодые люди стали более ответственно относиться ко вступлению в брак.

Среди основных причин вступления в ранний брак 84 % всех опрошенных назвали незапланированную беременность. 15 % причиной ранних браков назвали любовь, однако при этом отметили, что несмотря на то, что люди рано вступают в брак по любви, состоять в таком браке чрезвычайно сложно. Лишь 1 % респондентов считает, что основная причина ранних браков — это расчет. Что причиной может быть «откос» от армии никто из респондентов не предположил.

Из опрошенных в старшем поколении 42 % считают недопустимым вступать в брак во время учебы, мнения мужчин и женщин сходятся в этом вопросе. Однако среди молодежи считают нормальным вступать в ранние браки 80 % респондентов, мнения парней и девушек также сходятся. К бракам во время учебы отрицательно относятся 5 % молодежи, остальные затруднились ответить на данный вопрос. При этом все респонденты старшего поколения женаты или замужем, а возраст вступления в брак колеблется от 21 до 25 лет. Среди молодежи нет респондентов, состоящих в зарегистрированном браке, однако 5 % состоят в незарегистрированном браке, а возраст вступления их в незарегистрированный брак от 17 до 19 лет. Выйти замуж или жениться в возрасте 20 лет хотят (хотели бы) 28 %

респондентов, в возрасте 21 года — 32 % , в 23 года — 20 % , в 25 лет — 10 % , в 27 лет — 10 % опрошенных.

На сегодняшний день, этот вопрос плохо изучен в нашей стране. И хотя ранние браки не являются редкостью в России, многие предпочитают не думать об этой проблеме и о причинах ее возникновения.

После проведения анкетирования можно сделать следующие выводы и дать некоторые рекомендации.

Причинами ранних браков могут быть следующие:

1. Самой распространенной причиной ранних браков статистика называет незапланированную беременность. Молодому человеку приходится либо брать ответственность за будущую семью на себя, либо оплатить аборт.

2. Второй по распространенности причиной является любовь. Любовь и неудержимое желание поскорее воссоединиться со своим партнером. Проблемы отсутствия жилья, финансовой защиты, отсутствия образования влюбленными просто не воспринимаются. Всерьез задуматься о том, что повлечет за собой ранний брак, они просто не способны.

Психолог Козлов Н.И. считает, что причинами раннего вступления в брак могут быть следующие [3]:

1. «Стремление узаконить свои интимные отношения. В некоторых семьях родители строго подходят к вопросу интимной жизни своих детей и чрезмерно их контролируют, от чего взрослые дети удовлетворить свое банальное любопытство могут лишь «легализировав» свои отношения.

2. Желание освободиться от чрезмерной родительской опеки. Случается это обычно в семьях, манипулируют, контролируют или мало считаются с мнением своих детей. В результате дети стремятся как можно быстрее вырваться из родительского дома.

3. Несчастливая любовь. Очень часто новые отношения приходят на помощь, когда сердце разбито и хочется забыть прошлый опыт, снова почувствовать себя любимым человеком или просто насолить обидчику.

Конечно же, последствия ранних браков, в основном, плачевные. Но ведь есть и счастливые примеры семейной жизни, когда супруги мирно живут вместе, учатся, строят свою профессиональную карьеру, растят детей и, при этом, у них все хорошо.

Список литературы:

1. Козлов Н.И. Энциклопедия практической психологии. — Спб: «Дидактика Плюс», 2001. — 388 с.
2. Ранний брак: плюсы и минусы — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.adigea.aif.ru/health/details/48489> (дата обращения 23.12.2013).
3. Силяева Е.А. Психология семейных отношений — [Электронный ресурс] — Режим доступа. URL: http://www.syntone.ru/library/article_syntone/content/2308.html?current_book_page=3 (дата обращения 20.12.2013).

ФЕНОМЕН ВЗАИМОПОМОЩИ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

Тумысов Илья Александрович

*студент Московского Государственного Университета
имени М. В. Ломоносова,
РФ, г. Москва*

XXI век ставит перед лицом человечества все новые и новые задачи. Помимо этих задач «в развитых странах современного мира общественное производство богатств постоянно сопровождается общественным производством рисков» [1, с. 21]. Эти риски и все более развивающиеся технологии заставляют людей искать новые формы реагирования на социально-значимые события. К таким событиям можно отнести природные и техногенные катастрофы, политические события, события локального масштаба, например, болезнь ребенка или иная личная трагедия, апеллирующая к чувствам тысяч людей.

Очевидно, что подобные события случались и раньше, но сегодня общество живет в цифровую эпоху, и это вносит свои громадные коррективы в способы распространения информации. Это меняет качественную и, в первую очередь, количественную реакцию людей на такую информацию.

Понятие «цифровая эпоха» моложе понятия «постиндустриальное общество». Последнее используется уже около полувека и было впервые употреблено американским ученым Дэвидом Рисменом в его статье «Отдых и труд в постиндустриальном обществе» в 1958 году [7]. Одна из первых попыток осмыслить цифровую эпоху была предпринята канадским исследователем Доном Тапскоттом в самом конце XX века в книге «Электронно-цифровое общество: плюсы и минусы сетевого интеллекта» [4]. Тапскотт выделяет основные признаки электронно-цифрового общества, среди которых ориентация на знание, оцифровывание объектов реальности, виртуализация среды, устранение посредников в экономических и иных отношениях, высокая динамика развития и прочие. Под «цифровой эпохой»

стоит подразумевать наступивший исторический период, относящийся к компьютерной и сетевой технологиям и включенный в них.

На самом деле, когда автор попытался найти определение понятия «цифровая эпоха» по аналогии с известным английским «Digital Millennium», то у него возникли некоторые затруднения. Найти точное определение не удалось ни на русском, ни на английском языках. Английский вариант стал широко известен прежде всего за счет существования в юридической практике США «Закона об авторском праве в цифровую эпоху» [5], принятого в 1998 году.

Очевидно, что вышеуказанные явления не могут быть охвачены и рассмотрены в совокупности в одной небольшой работе. Поэтому мы решили обратить внимание только на одно конкретное явление, присущее цифровой эпохе, а именно краудфандинг.

Краудфандинг представляет собой феномен взаимопомощи, в котором важнейшую роль играет использование цифровых технологий. Хотя разнообразные русскоязычные источники дают разное определение краудфандингу, каких-либо научных определений понятия найдено не было. Оксфордский словарь английского языка определяет слово «crowdfunding» следующим образом: «the practice of funding a project or venture by raising many small amounts of money from a large number of people, typically via the Internet» [6], то есть как практику финансирования проекта или предприятия посредством сбора большого количества небольших сумм денег от большого количества людей, как правило, через интернет.

Краудфандинговыми предприятиями являются сборы денег на организацию бизнеса, на помощь пострадавшим от стихийных бедствий и катастроф, на поддержку политических кампаний, на создание программных продуктов и общественно значимые проекты. Есть разные свидетельства о том, что краудфандинг использовался людьми еще в конце XX века, однако за последние год-два это явление развилось с необычайной скоростью. Автор

лично является свидетелем этого бурного роста, будучи активным пользователем интернета.

Схема краудфандинга всегда представляет собой разрозненную в реальном мире, но организованную в мире виртуальном сеть пользователей-доноров, которые перечисляют средства пользователям-реципиентам. Количество «доноров» обычно многократно превышает количество «реципиентов», что позволяет собирать внушительные суммы денег. При этом каждый донор может пожертвовать довольно скромную сумму. Взаимодействие происходит через единый центр, основанный на информационных технологиях и представляющий из себя специализированный сайт, блог, различные сообщества в социальных сетях. Денежный взнос осуществляется либо с помощью банковских карт, либо с помощью электронной коммерции. Отсутствие в интернете реальных расстояний позволяет пользователям мгновенно оказываться в месте скопления информации о том, что их интересует.

В России в настоящее время уже достаточно большое количество организаций и индивидуальных пользователей участвуют в краудфандинге и в качестве «доноров», и в качестве «реципиентов». Основными сервисами на данный момент являются проекты «planeta.ru» и «boomstarter.ru». Известны отдельные краудфандинговые кампании, имевшие достаточно высокий успех. Среди них можно упомянуть музыкальные — это проект «kroogi.ru», существующий с 2007 года; — посвященные городской культуре и урбанистике, например, «Городские проекты Варламова и Каца», появившиеся в 2012 году, а также политико-социальные, например, «Фонд борьбы с коррупцией» Алексея Навального, созданный в 2011 году.

Подобное взаимодействие происходит буквально на наших глазах впервые за всю историю человечества, потому как раньше возможности осуществлять такие кампании с такой скоростью просто не существовало. Интернет позволяет координировать участников краудфандинга и информировать их о всех новостях, касающихся проекта на новом качественном уровне.

Говоря о феномене взаимопомощи в целом нельзя не упомянуть П. Кропоткина, который считал солидарность одним из базовых свойств человеческого общества, благодаря которому эволюция человека достигла своей высоты.

Известно, что развитие солидарности естественно для существования живых существ вообще. Это относится даже к самым простым существам, например, амебам. Биологии известны около двух десятков видов социальных амеб. Одним из них является вид *Dictyostelium discoideum*. Эти одноклеточные амёбы, описанные в 1935 году, являются уникальными организмами, которые при условиях наступления холодов и нехватки питания, а именно осенью могут формировать единый организм. В некотором смысле, они формируют простое, но сложносоставное существо размерами около двух миллиметров. Коллективный организм уже не имеет в себе отдельных амёб, он питается и передвигается сам, то есть самостоятельно живет. Будучи единым организмом, он выбрасывает споры, которые залегают в почве, а уже весной из них появляются новые отдельные амёбы.

Таким образом, удивительный феномен солидарности естественным образом существует в природе и жизни человека, как естественной части первой. Цифровые же технологии перевели его на новый, ранее не существовавший уровень, которому присущи более высокая скорость кооперации, бóльшие возможности по охвату участников и возможность более глубокого включения в сам процесс и результат взаимопомощи.

Возможно, сегодня мы можем говорить о новом этапе развития коллективного сознания, о котором впервые заговорил Эмиль Дюркгейм. «Совокупность верований и чувств, общих в среднем членам одного и того же общества, образует определенную систему, имеющую свою собственную жизнь; ее можно назвать коллективным или общим сознанием» [2, с. 80]. Также Дюркгейм утверждал, что оно «не имеет в качестве субстрата единственный орган; оно, по определению, рассеяно во всем пространстве общества,

но тем не менее оно имеет специфические черты, создающие из него особую реальность» [2, с. 80].

Возможно, сегодня, в условиях активного развития цифровых технологий последние как раз-таки и станут тем самым «субстратом», на котором будут эволюционировать далее коллективное сознание и солидарность. Выше упомянутый Д. Тапскотт в другой своей книге «Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все» утверждает, что оно [массовое сотрудничество] «не только является важнейшей движущей силой успеха на рынках сегодняшнего дня, оно также помогает изменить сами способы проведения научных работ, создания объектов культуры, информирования и образования, даже управления нашими сообществами и государствами» [3].

Мы рассмотрели краудфандинг только как одно из явлений, присущих цифровой эпохе. Нет сомнений в том, что данное явление будет только развиваться параллельно с развитием цифровых технологий, а задачей социологов и социальных философов станет рефлексия нового явления.

Список литературы:

1. Бек У., Общество риска. На пути к другому модерну/Пер. с нем. В. Седельника и Н. Федоровой; Послесл. А. Филиппова. — М.: Прогресс-Традиция, 2000. — 384 с.
2. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии/ Пер. с фр. и послесловие А.Б. Гофмана. — М.: Наука, 1990. — 575 с. — (Социологическое наследие).
3. Тапскотт Д., Уильямс Э.Д. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все/Пер. с англ. Павла Миронова, Галины Василенко. — М.: BestBusinessBooks, 2009. — 392 с.
4. Тапскотт Д. — Электронно-цифровое общество: Плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта/ Пер.с англ. Игоря Дубинского. Под ред. Сергея Писарева. — М.: Рефл-бук, 1999. — 408 с.
5. Digital Millennium Copyright Act, PUBLIC LAW 105—304—ОСТ. 28, 1998.
6. OXFORD DICTIONARIES [Электронный ресурс]/ = Оксфордские словари — Режим доступа:
<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/crowdfunding>
7. Riesman D. Leisure and Work in Post-Industrial Society. Mass Leisure / Eds. E. Larrabee, R. Meyersohn. — Glencoe. №3, 1958.

СЕКЦИЯ 3. МАРКЕТИНГ

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Ярлыков Константин Владимирович
магистрант Тюменского государственного университета,
РФ, г. Тюмень

Шилова Наталья Николаевна
научный руководитель, д-р экон. наук, проф,
Тюменский государственный университет,
РФ, г. Тюмень

Значительное количество публицистических материалов, раскрывающих те или иные аспекты интернет-маркетинга, направлены на освещение и анализ, прежде всего, инструментов интернет-маркетинга. Вместе с тем, инструменты интернет-маркетинга не могут рассматриваться изолированно от ключевых трендов его развития, что обуславливает необходимость исследования основных тенденций развития интернет-маркетинга. При этом необходимо отметить, что поскольку Интернет представляет собой межнациональную среду взаимодействия, целью настоящей публикации не являлось выделение тех или иных особенностей развития интернет-маркетинга в России или за рубежом.

Итак, можно выделить следующие направления развития интернет-маркетинга.

1. Отражение распространенных настроений пользователей. Неоднозначный период функционирования финансовых рынков (примечание: 2013—2014 год), а также формирование негативных прогнозов развития рынка способствовало широкому распространению в массах представлений о высокой вероятности обвала рынка. При этом, не имея в большинстве своем представлений о схеме функционирования финансовых рынков, пользователи считают необходимым «подстраховаться», иными словами, по возможности

увеличить свои доходы и сократить расходы. Вышеизложенное настроение, которое нашло свое довольно широкое распространение, оказало влияние и на развитие интернет-маркетинга. В связи с вышеизложенным, получает свое развитие интернет-маркетинг с продвижением идеи экономии личного и/или семейного бюджета.

2. Развитие новых каналов маркетинга. Развитие социальных сетей, блогов, мобильной связи и интерактивных способов взаимодействия потребителей не могли не наложить отпечаток на развитие интернет-маркетинга — расширение каналов маркетинга обеспечивает больший охват потенциальных потребителей, а также позволяет идентифицировать те или иные целевые аудитории.

3. Широкое распространение визуализации и видео-маркетинга. Общеизвестным является тот факт, что превалирующий объем информации человек получает посредством зрительного восприятия. Именно поэтому широкое распространение в интернет-маркетинге получает такой прием как визуализация — процесс представления информации в удобном для зрительного восприятия виде. При этом Интернет позволяет с минимальными затратами финансовых и трудовых ресурсов визуализировать ту или иную информацию: так, например, изменение графического представления продукта на интернет-сайте ограничивается лишь техническими характеристиками обновления информации на сайте. Исходя из вышеизложенного, получает развитие и видео-маркетинг, который характеризуется синергетическим эффектом визуализации и динамичности.

4. Развитие виджет-маркетинга. Виджеты представляют собой незначительные интерактивные приложения, которые позволяют использовать содержание и функции тех или иных веб-сайтом или маркетинговых продуктов. Виджеты являются весьма эффективными инструментами с целью привлечения внимания и повышения уровня лояльности потребителей, а также с целью популяризации бренда.

5. Популяризация обратной связи с потребителем. Интернет-маркетинг в последние годы перестал быть инновационным инструментом коммуникации с потребителем и ввиду множества преимуществ получил свое широкое распространение. В указанной ситуации, равно как и в случае традиционного маркетинга, для повышения уровня конкурентоспособности многие организации прибегают к развитию клиентоориентированной политики, в связи с чем свое развитие получают каналы обратной связи с потребителем (отзывы, оценки, мнения, рекомендации и т. д.) — посредством форумов, блогов, обсуждений и т. д.

6. Появление инновационных методик развития поведенческого маркетинга. В настоящее время возможности интернет-технологий в процессе анализа действий потребителей в сети Интернет, пожалуй, безграничны. Так, выявление наиболее просматриваемых страниц, более того, наиболее распространенных «маршрутов» пользователей на сайте является основой поведенческого маркетинга, который позволяет понять поведение пользователей посредством анализа их действий и путей перемещения как на конкретном интернет-сайте, так и в сети Интернет. Поведенческий маркетинг позволяет не только оптимизировать маркетинговые продукты с целью повышения уровня ожиданий действующих потребителей, но и переориентировать их с целью привлечения потенциальных потребителей и расширения целевой аудитории.

7. Персонализация продукта/услуги посредством интерактивных каналов взаимодействия. Интернет-маркетинг позволяет повысить уровень уникальности продукта или услуги посредством взаимодействия с узкой аудиторией потребителей, объединенных по тому или иному параметру, а также посредством выбора наиболее целесообразного канала взаимодействия с потенциальным потребителем.

8. Понимание необходимости защиты авторских прав. Политика защиты авторских прав находит свое отражение и на развитии интернет-маркетинга. Так, обязательство по указанию первоисточника того или иного содержимого,

а также сам процесс идентификации первоисточника может стать одним из каналов взаимодействия с потенциальными потребителями.

9. Развитие интегрированного интернет-маркетинга. Современный интернет-маркетинг характеризуется не только развитием существующих и разработкой инновационных инструментов взаимодействия с потребителем, но и развитием тех или иных сочетаний инструментов и механизмов интернет-маркетинга, что получило свое распространение ввиду получения синергетического эффекта от их совместного применения.

Помимо рассмотрения основных тенденций развития интернет-маркетинга, автору видится целесообразным распределить их согласно элементам процесса коммуникации. В рамках настоящей публикации в качестве модели коммуникации использовалась модель Ф. Котлера (Рисунок 1).

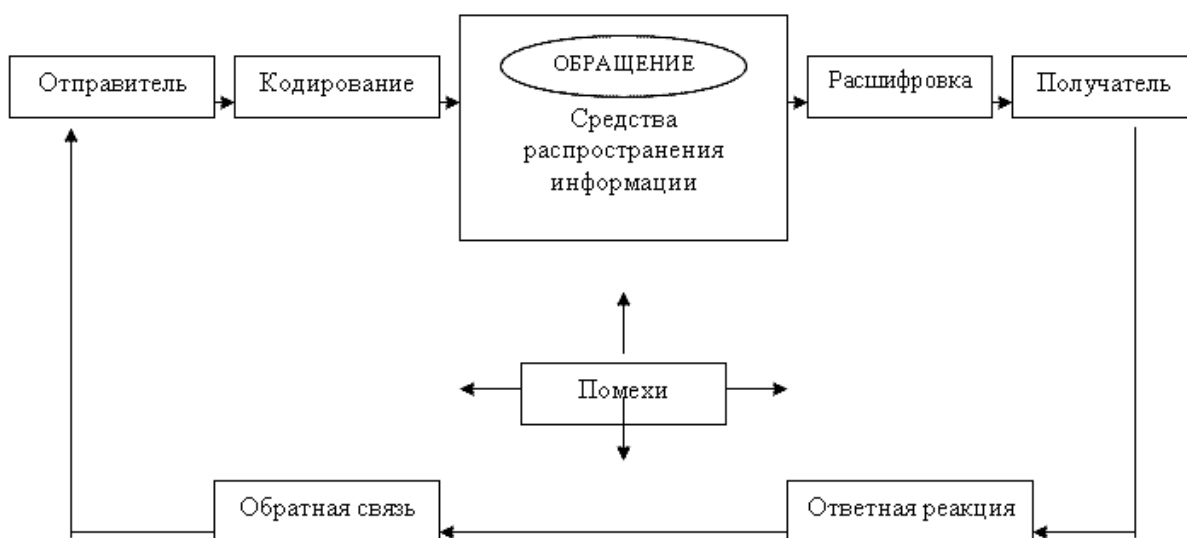


Рисунок 1. Модель коммуникации Ф. Котлера

Элементы модели:

- отправитель (сторона, посылающая обращение другой стороне);
- кодирование (процесс представления мысли в символической форме);
- обращение (набор символов, передаваемых отправителем);
- средства распространения информации (каналы коммуникации, по которым обращение передается от отправителя к получателю);

- расшифровка (процесс, в ходе которого получатель придает значение символам, переданным отправителем);
- получатель (сторона, получающая обращение, переданное другой стороной);
- ответная реакция (набор откликов получателя, возникших в результате контакта с обращением);
- обратная связь (часть ответной реакции, которую получатель доводит до сведения отправителя);
- помехи (появление в процессе коммуникации незапланированных вмешательств среды или искажений, в результате чего к получателю поступает обращение, отличное от того, что посылал отправитель) [1, с. 404—405].

Так, указанное распределение может быть представлено в следующей форме.

Кодирование	Обращение	Средства распространения информации	Обратная связь
<ul style="list-style-type: none"> •Широкое распространение визуализации и видео-маркетинга 	<ul style="list-style-type: none"> •Отражение распространенных настроений пользователей •Персонализация продукта/услуги посредством интерактивных каналов взаимодействия 	<ul style="list-style-type: none"> •Развитие новых каналов маркетинга •Развитие виджет-маркетинга •Понимание необходимости защиты авторских прав •Развитие интегрированного интернет-маркетинга 	<ul style="list-style-type: none"> •Популяризация обратной связи с потребителем

Рисунок 2. Группировка тенденций развития интернет-маркетинга

В результате группировки основных тенденций развития интернет-маркетинга, выделенных в рамках настоящей публикации, можно заключить, что наибольшие изменения коснулись средств распространения информации.

При этом следует отметить, такая тенденция как появление инновационных методик развития поведенческого маркетинга не была отнесена ни к одной из представленных групп в связи с тем, что поведенческий маркетинг не предусмотрен моделью Ф. Котлера. Исходя из вышеизложенного, следует, что модель Ф. Котлера не в полной мере отражает современную схему коммуникации в рамках интернет-маркетинга и нуждается во включении такого процесса как анализ поведения потребителя.

Список литературы:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга / перевод с англ. В.Б. Боброва. — М.: Изд-во «Прогресс». — 1991 с. — 657 с.

СЕКЦИЯ 4. МЕНЕДЖМЕНТ

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ PMBOK GUIDE ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ГОРНЫХ РАБОТ

Пак Станислав Платонович
магистрант КазНТУ им. К.И. Сатпаева,
Республика Казахстан, г. Алматы

Цеховой Алексей Филиппович
проф. КазНТУ им. К.И. Сатпаева,
Республика Казахстан, г. Алматы

Идея освоения проектного менеджмента казахстанскими специалистами была высказана Президентом Н.А. Назарбаевым еще в мае 1993 г. на Первом съезде инженеров Казахстана. Обращаясь к видным представителям инженерного корпуса страны, он отметил: «Хотелось бы обратить ваше внимание на одну важную сторону современного инженерного образования и деятельности. Я имею в виду тот аспект организации инженерного труда, который получил название «управление проектами», или «проектный менеджмент».

Задача повышения конкурентоспособности Казахстана не может быть решена без повышения конкурентоспособности основных отраслей экономики. Казахстан за годы независимости добился значительного экономического, политического и социального роста, и в первую очередь в горно-металлургическом комплексе, старейшей и самой перспективной отрасли промышленности, одной из значительных частей экспортного потенциала страны. Казахстан экспортирует металлы в более чем 30 стран мира. Казахские металлы отличаются высоким качеством: так, Усть-Каменогорский цинк, Балхашская и Жезказганская медь зарегистрированы в качестве эталонов на Лондонской бирже цветных металлов.

Анализ показывает, что положительные тенденции в горно-металлургическом комплексе произошли во многом благодаря совершенствованию технологий управления проектами. Интенсивное развитие проектного управления в Казахстане напрямую связано с наличием предпосылок, близких к тем, которые необходимы для создания национальной инновационной системы, *трансформирующей накопленные знания в устойчивый экономический рост*. Если эти предпосылки отсутствуют, то нет оснований говорить о возможности массового распространения проектного менеджмента на практике. Рассмотрим более подробно ситуацию, складывающуюся в этом контексте в современном Казахстане.

Главным базисом для развития проектного управления, безусловно, являются *макроэкономические предпосылки*, включающие трансформацию структуры собственности и отраслевой структуры производства, а также изменения геополитической ситуации, вовлекающий экономику Казахстана в новые мирохозяйственные связи. Казахстан принят и функционирует в мировом сообществе как суверенное государство с рыночной экономикой. Всемирный банк включил Казахстан в число 20 стран мира, наиболее привлекательных для инвестиций. В ближайшие годы Казахстану предстоит активно развивать производства, ориентированные на экспорт конечных продуктов, создавать совместные предприятия в области машиностроения, металлургии, нефтехимии, агропромышленной сферы. Предстоит развивать при международном участии биотехнологические центры и Парки информационных технологий как региональные IT-центры. В этих целях в Казахстане созданы институты развития «Казына», «Самрук», «Самгау», региональные социально-предпринимательские корпорации, объединяющие природные, сельскохозяйственные, технические, интеллектуальные ресурсы и направляющие свою деятельность на социально-экономическое развитие регионов. Данные структуры способствуют поддержке частного бизнеса и продвижению его товаров и услуг на мировые рынки. Решение таких стратегически важных

для Казахстана задач без применения современных технологий проектного менеджмента невозможно.

В качестве второй группы предпосылок выступает **наличие социальной среды**, потенциально способной воспринимать управление проектами как ключевой инструмент развития экономики страны. Сегодня она представлена профессорско-преподавательским составом 113 вузов, учеными 16 общественных академий и около ста научно-исследовательских институтов, а также руководителями и сотрудниками более 6 тысяч неправительственных объединений. Именно эта среда является основой для формирования корпуса волонтеров, активистов, преподавателей, тренеров и консультантов, участвующих в продвижении проектного управления во все сферы экономики.

Анализ опыта внедрения проектного менеджмента, накопленного в США, Западной Европе и Азиатских странах показывает, что этот процесс происходил на основе развитых информационно-коммуникационных технологий. Это дает основание утверждать, что третьей группой предпосылок для успешного продвижения в Казахстане проектного менеджмента является **наличие развитых информационно-коммуникационных технологий**. В последние годы в Казахстане достаточно динамично идут процессы информатизации различных сфер жизнедеятельности общества. Практически все крупные компании горно-металлургической отрасли широко внедряют информационные технологии в процессы управления и производства. Вместе с тем, вопросы развития профессионального проектного менеджмента освещаются на ограниченном количестве веб-ресурсов.

Опыт многих стран показывает, что широкомасштабное продвижение проектного управления в стране не может быть успешным, если этот процесс не находит понимания и поддержки в высших эшелонах государственной власти. Иными словами, в качестве четвертой группы предпосылок выступает **уровень компетенции государственных служащих высшего уровня управления** (руководителей и ключевых менеджеров исполнительных органов власти). Рабочие контакты показывают, что, как правило, все они владеют

ключевыми положениями и основами управления проектами. Однако, пройдя обучение в различных зарубежных центрах компетенции, они применяют в своей деятельности разные подходы к проектному менеджменту. Данное обстоятельство порождает вполне понятные сложности в реализации межотраслевых программ и проектов, поскольку специалисты говорят на «разных языках». Это является одним из основных аргументов, свидетельствующим о необходимости либо разработки национального стандарта, либо принятия в качестве основного одного из действующих в мире стандартов управления проектами.

Таким образом, подводя итоги проведенного анализа наличия исходных предпосылок для интенсивного продвижения проектного менеджмента в Казахстане в целом и в горно-металлургическом комплексе, в частности, можно утверждать, что такие предпосылки в стране сформировались. Участниками процесса продвижения проектного менеджмента в стране являются: Правительство Республики Казахстан, ряд министерств и ведомств, национальные компании, институты развития, Союз проектных менеджеров Республики Казахстан (www.pmi.kz), Казахстанская ассоциация управления проектами (www.kapm.kz), Международная академия информатизации (г. Алматы) (www.academy.kz), Ассоциация организаций профессионального образования Казахстана, Университет международного бизнеса (www.uib.kz), а также ряд крупных компаний, общественных объединений, государственных вузов и учреждений.

В 2002—2005 гг. в Казахстане проведены три международных симпозиума по управлению проектами, в марте 2007 г. — Национальная конференция «Конкурентоспособность через управление проектами». Получила широкое развитие сеть профессиональных тренингов по проектно-программному менеджменту для представителей крупных отечественных компаний, учреждений и органов государственного управления с привлечением зарубежных специалистов.

В целом можно констатировать, что в Казахстане в последние 3—5 лет продвижение проектного менеджмента заметно активизировалось. Причем происходило это в основном за счет деятельности тренинговых компаний, проводящих краткосрочные курсы.

В 2008 году впервые по инициативе Союза проектных менеджеров РК и при поддержке Министерства образования и науки Республики Казахстан в Горном институте Казахского национального технического университета им. К.И. Сатпаева открыта магистратура «Управление проектами». В процессе обучения магистранты будут вовлечены в управление проектами предприятий горно-металлургического комплекса. Для этого заключены трехсторонние договора (вуз — магистрант — предприятие). В 2010 году первые высококвалифицированные **магистры управления проектами**, получившие диплом государственного вуза, придут на производства. Это большой шаг вперед в продвижении современных технологий управления проектами в горно-металлургическом комплексе страны.

В завершение следует отметить, что для Казахстана внедрение современных технологий проектного менеджмента в масштабах страны на данный момент связано с двумя факторами: заинтересованностью в этом процессе государственных органов — с одной стороны, и наличием пилотной группы компаний, продвигающих проектный менеджмент — с другой. Положительные сдвиги в осознании обществом важности современного управления проектами четко определились. Подтверждением этому является заявление руководства страны, что весь верхний эшелон власти должен быть, не просто обучен управлению проектами, но и сертифицирован. Со своей стороны хотелось бы добавить, что высокой квалификации только верхнего эшелона власти для эффективной реализации государственных проектов и программ еще не достаточно. Предстоит преодолеть инерционность огромной массы чиновников среднего звена управления. Для решения этой задачи разработана Концепция продвижения проектного менеджмента в Республики Казахстан на 2008—2011 гг., намечены парламентские слушания по вопросам продвижения проектного менеджмента в РК.

Успешному решению этих вопросов может способствовать привлечение дополнительных ресурсов политических партий, в частности Народно-демократической партии «Нур Отан», имеющей подавляющее большинство в парламенте. В политической программе «Нур Отан» записано, что одними из обязательных условий успешной реализации индустриально-инновационной программы развития страны являются формирование и широкое внедрение в практику новой методологии и культуры управления.

Деятельность Союза проектных менеджеров Республики Казахстан, сумевшего консолидировать к настоящему времени интересы продвижения проектного менеджмента более ста учреждений, организаций, предприятий и компаний, убедительно свидетельствует, что лидер этого процесса в стране определен. Таким образом, совместная задача СПМ РК, органов государственного управления, ведущих отраслей, институтов гражданского общества и учреждений высшего образования состоит в том, чтобы привести все разрозненные элементы к общему знаменателю — выбрать или внедрить одну из систем, методологий или стандартов управления проектами, сделать его государственным.

В результате только системного подхода к данному вопросу можно говорить о широкомасштабном внедрении современных технологий управления проектами как, в отдельно взятом, горно-металлургическом комплексе, так и во всех сферах жизнедеятельности казахстанского общества.

Список литературы:

1. Цеховой А.Ф., Лисенков А.А., Голиков Ф.Н., Некрасова Н.Н. Предпосылки продвижения управления проектами в горно-металлургическом комплексе Казахстана. Горный журнал № 3, Москва, 2008 г. — С. 33—36.
2. Anjuli Steffen, Couchman and Brian Gillespie. Avoiding cost blow-outs and lost time on mining capital projects through effective project stage gating. Jane Performance Improvement Group, Brisbane. — November 2008. — P. 231—246.
3. Драгон З. Милошевич. Набор инструментов для управления проектами. Академия АйТи. ДМК Пресс, Москва, 2006 г.

ПРОБЛЕМЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В СКД: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЮМОРА В ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОЕКТА

Лятская Анастасия Алексеевна
студент Тамбовского филиала МГУКИ,
РФ, г. Тамбов

Пенина Светлана Николаевна
научный руководитель, канд. пед. наук, доц. кафедры «Менеджмент»
Тамбовского филиала МГУКИ,
РФ, г. Тамбов

Современная социально-культурная деятельность осуществляется на проектной основе. Инициативная группа выдвигает идею, находит тех, кто профинансирует ее воплощение, и реализует свой план на практике. Поэтому презентационные навыки требуются специалисту в области СКД практически на каждом этапе: чтобы обосновать перспективность идеи для спонсоров, представить ее команде проекта и, наконец, донести конечный результат до потребителей (зрителей или слушателей).

Однако современного зрителя трудно удивить качественной презентацией проекта. Он хорошо знает, как логично выстроить визуальный ряд, достойно оформить его и правильно подать за ограниченный промежуток времени. Поэтому особую роль в деловом общении в контексте проведения презентаций продолжают играть специфические умения выступающего, в частности, умение проявлять чувство юмора. Уместное использование этого качества выглядит настолько спонтанным и уникальным, не зависящим от уровня подготовки и жизненного опыта человека, что даже дает некоторым исследователям основание утверждать наличие врожденных способностей у того или иного оратора (презентатора). Таким образом, очевидна актуальность совершенствования навыков делового общения будущих менеджеров СКД за счет формирования у них умения уместного проявления чувства юмора.

К проблеме юмора в речи оратора обращались как в глубокой древности, так и в наши дни. Так Цицерон отмечал силу юмора в парировании доводов оппонента [3, с. 52]. Квинтилиан писал о юморе как о способе удерживать

внимание слушателя [4, с. 45]. Н.В. Гоголь видел в юморе средство борьбы с социальными проблемами и т.д. Однако классики часто предупреждали и о том, что, когда юмор делается самоцелью, начинается «умственное распутство» (Д.И. Писарев) [5, с. 133]. Тем не менее, проблема юмора продолжала оставаться актуальной на протяжении веков, и сегодня она активно разрабатывается авторами, которые тем или иным образом имеют отношение к публичным выступлениям (Д. Желязны, З. Савкова, Е. Ножин, Ю. Тамберг, Г. Апресян, Н. Белостоцкая, С. Халин и др.). Работа о юморе есть даже у писателя-фантаста А. Азимова.

Так, по мнению Д. Желязны, механизм воздействия юмора в презентации проекта следующий: у презентатора возникает желание поделиться собственным опытом — юмор позволяет более рельефно представить мысль — презентатор шутит — происходит его единение со слушателями — они верят, что презентатор знает предмет беседы не понаслышке и готов следовать собственным советам [1, с. 128].

Д. Желязны принадлежит также перечень принципов проявления чувства юмора: уместность, спонтанность, естественность, правдивость [1, с. 129]. Российские ученые добавляют к этому списку чувство меры, такт, художественный вкус, знание специфики аудитории (социальная принадлежность, образование, характер трудовой деятельности, уровень умственного развития, душевное состояние, психологический настрой). Дополнительными факторами, определяющими успешность проявления чувства юмора, называются высокая эрудиция оратора, находчивость, острота реакции, хорошо развитая оперативная память, речевое мастерство [10].

В работах З. Савковой, А. Азимова обобщены приемы создания смешного. Это сравнение и сопоставление по отдельному или случайному признаку, неожиданность, обратное сравнение, ложное усиление, нелепость, смешения стилей [7].

По мнению С.М. Халина, выступающий должен стремиться к тому, чтобы воспринимать с юмором сигналы из аудитории, готовить свои юмористические

«экспромты» заранее, остроты нацеливать на поддержание главной идеи выступления, излагать шутки соответствующим тоном: чем серьезнее излагается шутка, тем эффектнее и эффективнее она срабатывает [10, с. 45]. Технику исполнения последнего требования подробно описывал К. Станиславский (перед смешной фразой «сократить все жесты, чтобы обратить внимание на лицо»... выбрать фразу, во фразе слово, в слове букву и все выбранное подать публике легко, выразительно, естественно и темпераментно», и, наконец, подержать в том же настроении лицо и паузу. Потом бросить игру как уже оконченную») [8, с. 147].

Спасительная роль чувства юмора для самого выступающего часто отмечается в рамках современных психологических концепций и управленческих теорий, посвященных тому, как оптимизировать начало собственного дела. Так в альтернативной психологии применение юмора — это средство снижения собственной важности [2]. А Дж. Алтучер, глава хедж-фонда, инвестиционный консультант и популярный блоггер, называет его средством отдохнуть, избавиться от непродуктивного перфекционизма, активизировать дремавшие творческие способности.

Авторы научной работы «Юмор как элемент компетентности менеджера проектов» [11] считают, что юмор мотивирует членов команды. Он заставляет их забыть о тех проблемах, с которыми они сталкиваются в повседневной жизни, и сосредоточиться на работе. Юмор сплачивает команду и может создать чувство единения и близости, необходимое для эффективной работы.

Известно, что больше всего работе мешает стресс: люди часто испытывают злость или депрессию. Они боятся, что не смогут выполнить требования или завершить проект в срок. При помощи юмора можно смягчить стресс и улучшить самочувствие сотрудников, как физическое, так и моральное [11].

Таким образом, позитивный эффект использования юмора для аудитории и выступающего очевиден (рисунок 1).



Рисунок 1. Эффект использования юмора

Этимологический анализ понятия «юмор» (лат. humor влага, влажность) позволяет понять, почему философы древности считали его врожденным качеством [9]. Действительно, если у человека присутствует определенное соотношение «соков тела» (гумора), то это обуславливает его темперамент, который, как известно, практически не изменяется в течение всей жизни. Однако вместе с представлениями о строении тела менялись и представления о юморе, что дает современному исследователю больше пространства для изысканий.

Сегодня юмор понимается как добродушно-насмешливое отношение к чему-либо [9]. Это дает основания полагать, что формирование чувства юмора возможно, хотя и требует масштабной предварительной подготовки. Ведь презентаторы проектов, как правило, серьезные люди, а проявление чувства юмора, предполагает легкость в поведении и игру с реальностью.

Для того чтобы обозначить круг проблем в проявлении юмора презентатора проекта, было произведено сравнение условий проведения лекций и презентаций (таблица 1).

Таблица 1.

Сравнение условий деятельности лектора и презентатора

Критерии	Условия работы лектора	Условия работы презентатора
Цель выступления	Побудить слушателей к саморазвитию	Побудить слушателей к финансированию проекта или его реализации
Широта тематики	Достаточно широкий спектр научных или бытовых проблем	Ограничена деловыми интересами сторон
Время выступления	Достаточно продолжительное (от 10—15 мин до нескольких часов и серий лекций в течение нескольких дней)	Как правило, ограничено 10—15 мин
Масштабы аудитории	Как правило, от 20—30 слушателей	Ограниченное количество слушателей (до 20 человек)
Состав аудитории	Различен. Может быть представлен специалистами в данной области и случайными людьми	Лица, принимающие управленческие решения по проблеме встречи, специалисты
Характеристики помещения	Лекционный зал или заменяющее его помещение (стремление к максимизации используемого пространства)	Зал для совещаний или презентаций (если имеется), кабинет руководства (стремление к минимизации используемого пространства)
Использование технических средств	Зависит от вида информации. Желательно, но необязательно, за исключением лекций по естественно-научным дисциплинам с расчетной частью	Неотъемлемый атрибут прогрессивной деятельности. Часто используется не только с целью демонстрации данных, но и с целью поддержания имиджа команды
Условия для создания противоречий, проведения аналогий, установления ассоциаций и проч.	Достаточно широкие, так как состав аудитории предполагает наличие людей с разным уровнем эрудиции, кругом интересов и проч.	Ограничиваются направленностью интересов присутствующих
Необходимость проявления такта и толерантности (то есть, так называемые, «границы юмора»)	В рамках общей этики, с учетом состава аудитории	С учетом требований общей этики, этики бизнеса, а также четким представлением о том, на какие темы уместно говорить (шутить) в данной ситуации
Возможности встраивания юмора в выступление	Достаточно широкие	Ограничены

Из таблицы 1 видно, что условия работы презентатора более жесткие, чем условия работы лектора. Однако многие из них можно рассматривать не как ограничения, а как дополнительные возможности для использования юмора.

В то же время, известны следующие типичные ошибки презентаторов: зная о большом количестве ограничений, они не оставляют места юмору в выступлении. Следовательно, не используют возможности для шутки и не приветствуют, когда это делают деловые партнеры. Безусловно, в деятельности презентатора существуют и объективные трудности. Так различия в опыте и образовании, ограниченное время презентации не дают возможности рассказывать интеллектуальные анекдоты с большим количеством действующих лиц и историческими отсылками. И, тем не менее, следует помнить, что признаками эффективной презентации являются: увлекательность, содержательность, запоминаемость, активизация, сбалансированность [6]. То есть четыре из пяти упоминаемых требований не отрицают, а предполагают использование чувства юмора.

Итак, деловые партнеры отдают предпочтение презентуемому проекту тогда, когда вероятность отдачи для них очевидна. Уверенность в достижении позитивного эффекта, складывается из хорошей информированности о проекте и имиджа команды проекта, который представляет собой не только застывший багаж из ранее заключенных сделок, а создается непосредственно на глазах слушателей презентатором. Для того чтобы формировать позитивный имидж, надо произвести впечатление надежного, но гибкого, легко адаптирующегося к изменениям внешней среды партнера. А это качество, как раз и демонстрируется в процессе проявления чувства юмора.

Следовательно, презентатору необходим, во-первых хорошая подготовка, во-вторых, импровизация, в-третьих, позитивный настрой. Эта логика отображена на рисунке 2.

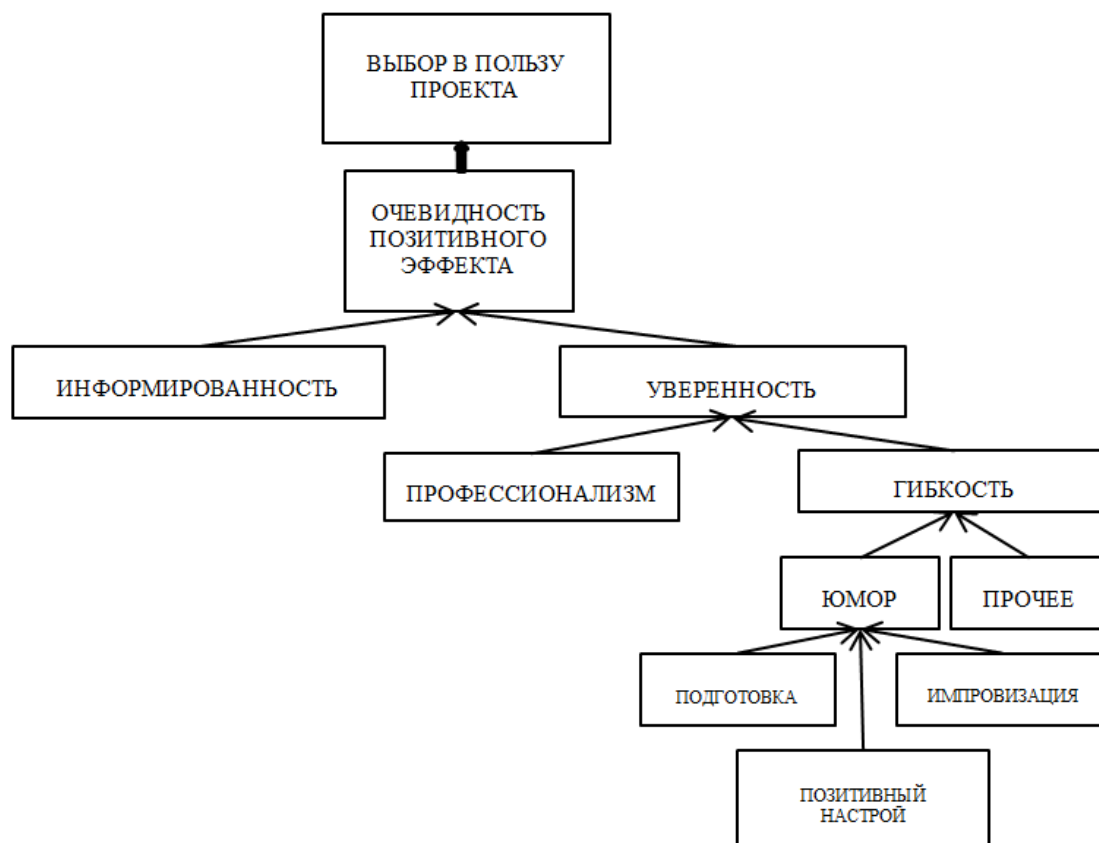


Рисунок 2. Логика воздействия юмора презентатора на слушателей

Возможности для импровизации в плане проявления чувства юмора в процессе презентации проекта перечислены в таблице 2. Они соотнесены с составляющими презентации.

Таблица 2.

Возможности для проявления чувства юмора в процессе презентации проекта

Структура презентации проекта	Возможности для проявления чувства юмора
Название проекта	Установить ироничный, но в целом позитивный ассоциативный ряд с понятиями, используемыми в названии
Проблема	После официальной формулировки резюмировать ее в короткой, но емкой юмористической фразе, которая покажет наличие противоречия (можно с элементами гиперболизации)
Решение	После официальной формулировки резюмировать его в короткой, но емкой юмористической фразе, которая покажет красоту, логику и уникальность решения
Стадия проекта	Юмористическая аналогия
Объемы и темпы развития рынка	Любые образные юмористические сравнения

Клиенты и деловые партнеры	Короткие невымышленные истории, вызывающие улыбку, но в итоге иллюстрирующие оригинальность и рациональность поведения команды презентуемого проекта
Объем продаж	Любые образные юмористические сравнения
Конкурентные преимущества и конкуренты	Короткие невымышленные истории, не унижающие достоинства конкурентов, но в итоге иллюстрирующие уникальность команды презентуемого проекта
Команда проекта	Краткие юмористические характеристики членов команды, отражающие как их специфические личностные черты, так и вклад в разработку проекта
Предложение для инвестора	Юмористическая аналогия, любые образные юмористические сравнения

Из таблицы 2 видно, что презентация проекта содержит достаточно возможностей для проявления чувства юмора. Это и сущность проблемы, и характеристика контрагентов, и команда и многое другое (технологии, оборудование, программное обеспечение; власть; право; дизайн).

«Домашними заготовками» презентатора могут стать шутки на основе мифов и стереотипов о компании. Так, например, на Международной встрече-конференции лауреатов Нобелевских премий и нобелистов (Тамбов, 2013) прозвучала шутка Майкла Нобеля о том, что его бесконечно удивляет интерес общественности к личности его знаменитого родственника. Таким образом, был дан остроумный и при этом тщательно продуманный заранее ответ на невысказанный вопрос о том, как относятся родные к тому, что Альфред Нобель пожертвовал людям существенную часть достояния своей семьи. Именно благодаря юмору, в противовес сведениям СМИ, Майклом Нобелем было искреннее подчеркнуто уважительное отношение к решению его предка.

Безусловно, нет необходимости использовать все возможности, перечисленные в таблице 2, для проявления чувства юмора в процессе презентации проекта в рамках одной презентации. Лучше всего ограничиться 1—2 шутками.

Таким образом, в данной статье был проведен краткий обзор литературы о юморе в речи выступающего (лектора, презентатора), охарактеризована роль юмора в процессе презентации проекта для слушателей и выступающего, рассмотрены особенности условий деятельности лектора и презентатора,

представлена в виде схемы логика воздействия юмора презентатора на слушателей, перечислены и охарактеризованы возможности для проявления чувства юмора в процессе презентации проекта. Изложенный в данной статье материал может быть использован в процессе преподавания учебных дисциплин «Деловое общение», «Деловые коммуникации», «Коммуникативный тренинг», «Презентация проекта», «Менеджмент» и др.

Перспективами данного исследования могут стать изучение психологических барьеров в проявлении чувства юмора в процессе презентации проекта, влияние юмора на посетителей презентации различных психотипов, сравнение объема позитивного воздействия юмора на слушателей и презентатора и др.

Список литературы:

1. Желязны Д. Бизнес-презентация: Руководство по подготовке и проведению. М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2004. — 144 с.
2. Зеланд В. Трансерфинг реальности [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://www.sir35.ru/transerfing_realnosti_2_5 (дата обращения 5.10.2013).
3. Зворыкин Ю.Н. Юмор в публичном выступлении. М: Знание, 1977. — 52 с.
4. Об ораторском искусстве. М.: Знание, 1980. — 82 с.
5. Писарев Д.И. Собр. соч. Т. 3. М., 1956. — С. 133.
6. Рыжов В.А., Корниенко А.В. Эффективная презентация в информационном обществе [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://pravmisl.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=694 (дата обращения 5.10.2013).
7. Савкова З.В. Искусство оратора [электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://master-slova.narod.ru/book/savkova_iskusstvo_oratora.pdf (дата обращения 5.10.2013).
8. Станиславский К.С. Из записных книжек. Т. 1. М. — 1056 с.
9. Толковый словарь иноязычных слов [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: <http://slovari.yandex.ru> (дата обращения 5.10.2013).
10. Халин С.М. Методика публичного выступления: учеб. пособие. Тюмень: Тюменский гос. ун-т, 2006. — 70 с.
11. Юмор как элемент компетентности менеджера проектов [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — http://knowledge.allbest.ru/management/3c0a65635b3bd68a5d53a88421216c27_0.html (дата обращения 11.02.2014).

СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИКА

НАЛОГОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКИ: ОПЫТ США

Алиева Ирина Сергеевна
студент Высшей школы бизнеса ТГУ,
РФ, г. Томск

Рюмина Юлия Александровна
научный руководитель, доц., канд. экон. наук,
Томского государственного университета,
РФ, г. Томск

По определенной аксиоме — без налогов не может существовать государство. Но является ли сбор налогов самоцелью для государства? Конечно, плата налогов обязательна, но и сам налог платиться для обеспечения деятельности государства, которое должно обслуживать налогоплательщиков.

Соединенные Штаты весьма привлекательная территория для ведения бизнеса по многим причинам, во многом благодаря и налогообложению. Но, необходимо учитывать и трехуровневую систему налогообложения — федеральный, уровень штата и уровень личных доходов. Данная система налогообложения является одной из самых сложных по своим особенностям, выделяющимся из всех зарубежных стран, как достоинствами, так и недостатками, требующими от правительства США определенных доработок [1]

Многовековая история развития США и англосаксонская система права отразились на комплексном и многоуровневом характере, ряде специфических особенностей системы налогообложения, и в особенности, на социальной направленности системы налогов. Именно данная система и позволила занять лидирующие мировые позиции экономике и достигнуть самых высоких показателей уровня жизни населения.

Каждое государство обладает своим законодательством и законами касательно налогов. В системе налогообложения США выделяются следующие характерные особенности:

1. Не содержит перечня федеральных, региональных и местных налогов, и при этом, штаты вправе устанавливать любые налоги на собственной территории, придерживаясь соблюдения конституционных принципов;

2. На уровне штатов вместо НДС взимается налог с продаж;

3. Многие организации платят федеральный корпоративный налог, и как правило, уплачивают корпорационный налог штатов;

4. Налог по социальному обеспечению должны уплачивать как организации, так и работники;

5. Налоговая система Соединенных Штатов нацелена в основном на прямые налоги, но при этом, налог на доходы физических лиц значительно выше размера средств от корпоративного налога.

Законодательные органы вправе вводить налоги, не противоречащие федеральным законам, а местные органы подчиняются законодательству штатов. На долю федерального бюджета выпадает около 70 процентов централизованных доходов и расходов государства. По сути, США в отличие от России, не ограничены во введении налогов, т. к. нет основного разрешенного перечня. От выбора губернатора парламента напрямую зависит налоговое бремя, и граждане проявляют активную позицию в выборах.

За счет налогообложения в бюджет страны поступления составляют более 90 процентов всех доходов. Налоговое же бремя, состоящее из доли суммарных поступлений в ВВП, занимает примерно 30 процентов. Одним из самых крупных структурных подразделений Министерства финансов в Штатах является Служба внутренних доходов (Internal Revenue Service, IRS) занимающаяся администрированием налогообложения.

По мнению Татьяны Сковыш, владелицы Accounting and Tax Services Office, России стоило бы последовать примеру Штатов. Основной юмор, актуальный и по сей день, состоит в том, что в США нельзя избежать только

смерти и налогов. Люди, получившие письма от IRS паникуют, не видя даже содержания. При этом, приходят и письма с благодарностью уплаты налогов. Страх самих граждан говорит о благополучии личной налоговой истории и существенных штрафах. Налоговая имеет доступ ко всем благам и при необходимости вправе лишить их недобросовестных налогоплательщиков [3].

Глобализация изменила характер международных операций, и американская резидентность зачастую отражается на конкурентоспособности бизнеса, вызывая отток рабочих мест из США. В данном случае коммерсантам выгоднее использовать схемы ухода от налогов, чем создавать новые рабочие места. По мнению американских лоббистов, главной целью налогового законодательства является увеличение сбора налогов, но есть и альтернативные пути, основанные на понижении уровня налога. Таким образом, если платить налоги станет «привлекательно» и ненапряженно, то и собираемость налогов резко возрастет.

Америка обширно использует, так называемый, альтернативный минимальный налог (АМН) с такой же налоговой базой, как и для обычных налогов, с вычетами и льготами, гарантирующими налоговым органам ежегодную оплату всеми физическими лицами и корпорациями какого-то небольшого налога [2, с. 378].

Оффшорные территории славятся существенными льготами для нерезидентов.

По данным ЦБ к оффшорным зонам Соединенных Штатов относят: Американские Виргинские острова, Содружество Пуэрто-Рико, Вайоминг и Делавэр.

Пуэрто-Рико является оффшором, предоставляющим колоссальные преимущества от экономии на налогах благодаря tax holidays. Пуэрто-Рико обладает собственной внутренней налоговой системой и находится под контролем США.

На получение специальных льгот могут рассчитывать оффшорные компании с высоким уровнем безработицы и слаборазвитой промышленностью в сельских муниципальных округах.

В оффшорах действует специальный 50 % налоговый кредит, направленный на приобретение пакета акций или активов ликвидирующихся, либо освобожденных от уплаты налогов организаций.

Нулевые и менее 2 % ставки налога на доход предоставляются оффшорам, применяющим инновационные технологии в производстве.

Дивиденды, получаемые нерезидентами Пуэрто-Рико, частично освобождаются от подоходного налога (tollgate — 29 %), если физическое лицо не уплачивает налог с дивидендов в другом месте или не использует льготы в своей стране.

Налогом на прибыль облагаются филиалы на территории Пуэрто-Рико всех компаний-нерезидентов в размере 10 %.

Withholding tax олицетворяет собой подоходный налог, собираемый путем вычетов из заработных плат, дивидендов и иных доходов, полученных в отчетном периоде, исключая банковские вклады нерезидентов. В целом ставка налога составляет 29 % для резидентов и 20 % для нерезидентов.

В соответствии с конституцией Американских Виргинских островов, обложение налогами и таможенный контроль не подчиняются законам США. АВО представляет собой самостоятельную налоговую юрисдикцию.

Предприятия, регистрирующиеся на АВО, освобождаются частично либо полностью от уплаты федерального подоходного налога США и налогов местной территории. Иностранцев привлекают USVI Exempt Company, — компании, освобождённые от уплаты налогов. Существенным ограничением является тот факт, что данные предприятия не должны вести бизнес на территории оффшора АВО и США, а частные лица, являющиеся резидентами АВО или США, не могут владеть больше чем 10 % капитала компании.

USVI Exempt Company раз в год платят фиксированный налог 1 000 \$ США. Регистрация и дальнейшая деятельность компаний, не платящих налоги на территории оффшора ABO, управляется в соответствии с Кодексом корпораций ABO, в основе которого лежит Кодекс корпораций штата Делавар, принятый в 1953 году.

Также на территории ABO возможна регистрация компаний ещё двух типов.

USVI Corporation (местные корпорации) в связи с программой развития промышленности в оффшорах ABO, освобождаются от 90 % всех местных налогов и к ним применяется особая таможенная пошлина в размере 1 %. В ABO с оффшорных компаний соответствующего типа не взимается подоходный налог.

USVI Foreign Sales Corporation (иностраные торговые корпорации) кроме ежегодной номинальной платы, вообще не уплачивают налоги. Такие компании создавались для экспорта США, преследуя цель сократить на 15 % федеральный налог.

Резиденты и зарегистрированные оффшорные компании, подают декларации и уплачивают налоги в управлении по налогам и сборам ABO. Ставки налогов идентичны федеральным налогам США. В оффшорах ABO это называется «зеркальной системой» обложения налогами. Ежегодно, до 30 июня подается отчет о хозяйственной деятельности и уплачивается пошлина, в зависимости от вида бизнеса, но минимум 150 \$. Максимальный корпоративный налог на ABO составляет 38,5 %. На территории оффшоров нет налогов на продажу, но есть ряд не прямых налогов таких как:

- недвижимое имущество облагается налогом в 1.25 % от его оценочной стоимости, которая в соответствии с законами ABO равна 60 % стоимости по факту;
- валовая прибыль облагается налогом в 4 %. У компании, чья валовая прибыль за год ниже 150 тыс. US\$, первые 5 тыс. US\$ налогом не облагаются;

- на все товары, ввозимые в АВО, кроме табачных изделий и алкоголь, акцизный сбор равен 4 %.

В Делавэре законодательством предусмотрена регистрация различных видов IBC (International Business Company — Компаний Международного Бизнеса). Все корпорации должны иметь в своем названии слова Limited, Ltd., Corporation, Corp., Incorporation, Inc., или их синонимы S.A., A.G., N.V., S.R.L., G.m.b.H., B.V. — для некоторых штатов. И по сравнению с Вайомингом, где предпочтительнее вести малый/средний бизнес, в Делавэре выгоднее с экономической точки зрения заниматься более масштабным бизнесом, исходя из соображений о налогообложении. Больше 60% компаний из рейтинга Fortune500 зарегистрированы в Делавэре.

Срок регистрации фирмы составляет месяц, но возможно и сокращение до 24-х часов при соответствующей доплате, установленной государством. Сведения об акционерах компании не разглашаются. Безопасности информации в этом штате стараются уделять должное внимание. В 2009 г. штат принял Uniform Trade Secrets Act, способствующий поддержанию конфиденциальности.

Зарегистрированные компании должны уплачивать установленный минимум налогов и ежегодных сборов штата для поддержания своих компаний "in good standing", и ежегодно сдавать секретарю штата, так называемый, Annual Franchise Tax Report, от которого освобождаются внутренние (domestic) корпорации.

В Делавэре имеется возможность регистрировать различные компании, но отдельно хотелось бы выделить LLC Limited Liability Companies. В октябре 1991 г. Штат Делавэр принял закон, позволяющий создавать компанию с ограниченной ответственностью (LLC). LLC представляет собой комбинацию компаний с ограниченной ответственностью и товарищества, и пользуется исключительной популярностью. Компании LLC в штате Делавэр освобождаются от большинства налогов, если участники являются нерезидентами США или владельцами «Грин-карты», не ведут деятельность и не извлекают

дохода на территории этой страны, а также не нанимают жителей США на постоянную работу и не имеют офиса в пределах этой страны. Доходы компании распределяются между ее участниками, которые облагаются налогом для физических лиц. Согласно законодательству LLC, компания прекращает деятельность после 40 лет работы или после смерти одного из участников.

Что касается налогообложения в Делавэре, то на территории штата действует федеральный налог (от 15—35 % в зависимости от объема прибыли компании). Помимо, взимается и ежегодный налог штата, который обязаны уплачивать все зарегистрированные здесь юридические лица, за исключением некоммерческих предприятий, таких как церкви, благотворительные организации и т. п. В штате необходимо уплачивать пошлину от 60 до 200 \$ (с 2004 г.).

Основными инвесторами в Делавэр среди иностранного капитала являются Англия, Германия, Нидерланды и Швейцария. Более точную же информацию получить сложно, т. к. нет официальных источников, афиширующих какие страны и в каком долевым отношении инвестируют в данный оффшор, из-за принципа конфиденциальности.

По мнению Tax Foundation, независимой организации налогового анализа, и Bloomberg Wealth Manager, налоговая структура Вайоминга наиболее благоприятна для ведения бизнеса в Штатах. Это связано с отсутствием корпоративного и индивидуального подоходного налога, низкими налогами на продажи, акцизными налогами. Соответственно, именно в этом штате самое низкое налоговое бремя. А также, сильное законодательство в сфере защиты активов и хозяйствующих субъектов и конфиденциальность предпринимателей.

На территории штата Вайоминг возможна регистрация двух типов компаний: Corporation и LLC (Limited Liability Company).

Вайоминг является лидером в признании Limited Liability Company — аналога российского общества с ограниченной ответственностью. Владельцы LLC являются участниками, а не акционерами в отличие от Корпорации.

Компания, созданная в штате Вайоминг, и управляемая нерезидентами США, не осуществляющая предпринимательской деятельности внутри

Америки, освобождается от уплаты налогов. Таким образом, эту компанию можно назвать оффшором.

При регистрации LLC или Corporation необходимо оплатить регистрационный сбор в размере 100 \$. Затем компания признается отдельным юридическим лицом и уплачивает ежегодный взнос 50 \$ для LLC и 25 \$ для Corporation, независящий от прибыли. Годовая отчетность — необязательна.

Налоги на вывоз доходов — дивиденды, банковский процент, платежи роялти и др. — отсутствуют. В формуляре годового отчета при уплате ежегодной пошлины указываются имена и адреса управляющих и директоров. Сведения об акционерах компании не разглашаются. Минимальный начальный капитал — не обозначен. Нет ограничений по типу акций, а также по их минимальному или максимальному количеству.

Если же компания получает право заключать сделки и вести бизнес на территории штата, то она обязана каждый год подавать государственному секретарю штата отчет, в котором излагаются его капитал, имущество и активы, находящиеся в штате Вайоминг (лицо, подписавшее данный документ, в случае подачи ложных сведений, может быть оштрафовано на сумму до 5000 \$ или лишено свободы на срок не более 6 месяцев).

ЦБ и различные аналитические агентства, предоставляющие услуги регистрации фирмы в оффшорах США добавляют к этому списку еще и другие штаты. Так, например, The Economist — влиятельный еженедельный англоязычный журнал добавляет к этому списку Неваду, Флориду и Техас. В соответствии с Приказом Минфина РФ от 13.11.2007 № 108н в «Перечень государств и территорий, предоставляющий льготный режим налогообложения и (или) не предусматривающих раскрытия и предоставления информации при проведении финансовых операций (оффшорные зоны)» не включены США. Такая разница в списках объясняется тем, что единого списка оффшорных зон не существует. Существуют списки отдельных государств, составленные для собственных целей международными организациями или государст-

венными органами, каждый из которых имеет свое назначение и применение [7, с. 148].

Безусловно, налоги платят все без исключения, но, и прогрессивная структура налоговых ставок не оставляет равнодушными налогоплательщиков. Америка та страна, которая старается существовать во благо и развитие своего народа, несмотря на громаднейший государственный долг, и просто не сможет обойтись без налогов. Красноречивое выражение неизвестного автора «Я горжусь тем, что плачу налоги в Соединенных Штатах. Правда, я бы гордился не меньше за половинную сумму» очень четко передает отношение американцев к налоговому законодательству. В любом случае, равенство не будет альтернативой тождеству в том плане, что население всегда будет заинтересовано в сокращении налогов и понижении ставок, а государство для собственного существования соответственно в увеличении собираемости налогов и прогрессивных ставках.

Список литературы:

1. Гончаренко И.А. Система налогов в США [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://nikitchuk.viperson.ru/wind.php?ID=567987&soch=1> (дата обращения: 27.10.13).
2. Зеркалов Д.В. Специальные экономические зоны — К.: Основа, 2012.— 624 с.
3. Зачем мы платим налоги? [Электронный ресурс]. URL:<http://taxpravo.ru/analytic/ring/7264> (дата обращения: 27.10.13).
4. Журнал «Бизнес Класс». Два мнения о налогах [Электронный ресурс]. URL:http://bk43.ru/business/two_views/dva_mneniya_o_nalogaх (дата обращения: 27.10.13).
5. Налог на прибыль в США. Обзор зарубежной практики налогового регулирования [Электронный ресурс]. URL:<http://www.audit-it.ru/nalognews/reg110/352370.html> (дата обращения: 27.10.13).
6. Налоговая система Соединённых Штатов Америки [Электронный ресурс]. URL: <http://do.gendocs.ru/docs/index-178635.html> (дата обращения: 27.10.13).

ИНТЕГРАЦИЯ УКРАИНЫ С ТАМОЖЕННЫМ СОЮЗОМ: ФАКТОРЫ, АНАЛИЗ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Банникова Евгения Андреевна

*студент Южного федерального университета,
РФ, г. Ростов-на-Дону*

В связи с происходящими изменениями на мировой арене и усиливающейся конкуренцией за рынки и ресурсы отдельного внимания заслуживают процессы экономической и политической интеграции стран на постсоветском пространстве.

В период распада бывшие союзные республики пережили ряд экономических волнений и кризисов, что значительно подорвало их экономику. На глазах уничтожался прежний хозяйственный механизм. Закрывались многие предприятия, а порой и целые отрасли [1, с. 128]. Для того, чтобы обозначить перспективы развития той или иной страны в условиях как социально-политической, так и экономической нестабильности, возникла необходимость взаимовыгодной интеграции со стратегически важными государствами.

В настоящее время вопрос о выборе вектора интеграции становится еще более значимым, но, в то же время, более запутанным и неоднозначным. Это касается и России, и других стран СНГ. На сегодняшний день наиболее сложная ситуация складывается в Украине в связи с трудностями в определении вектора интеграции: выбор лежит между Таможенным союзом (в частности укреплением связей с Россией) и Европейским союзом.

Мы рассмотрим вариант интеграции с ТС, так как Россия и Украина — наиболее крупные игроки постсоветского пространства, которые имеют, во-первых, относительно более развитую отраслевую структуру, во-вторых, высокий потенциал для эффективного сотрудничества.

Несмотря на наличие значимых двухсторонних соглашений, экономическая и политическая интеграция России и Украины все еще носит неглубокий характер, хотя перспективы для более плодотворного и многостороннего взаимодействия, безусловно, существуют [3, с. 51]. Этот факт обусловлен,

во-первых, позицией украинских элит, во-вторых, политическим давлением США и стран-членов ЕС, которые совершенно не заинтересованы в полноценной интеграции основных стран постсоветского пространства. Кроме того, существует совокупность внутри- и внешнеполитических факторов, влияющих на выбор одно из вариантов интеграции Украины.

К внутривнутриполитическим факторам следует отнести:

- во-первых, общую нестабильность украинской политической системы, которая обуславливает резкие повороты в развитии страны и постоянную борьбу между элитными группировками за власть, что не способствует устойчивой интеграции Украины ни с Россией, ни со странами ЕС [3, с. 52];

- во-вторых, политический раскол общества, с одной стороны, на восточные и южные области, с другой, на центральные и западные области. Этот раскол оказывает существенное влияние на стабильность и целостность украинского государства, на осуществление его внутренней и внешней политики, а также затрудняет полноценную интеграцию Украины с любой из сторон;

- в-третьих, резкий разрыв между элитными и массовыми группами общества. Резкое имущественное расслоение значительно возросло в годы пребывания В. Ющенко у власти, иначе говоря, обогащение олигархов стало бесконтрольным.

- Среди внешнеполитических факторов отметим следующие:

- внешнеполитическое давление на Киев со стороны ЕС, особенно остро мы можем наблюдать его проявление во время обострения внутривнутриполитической ситуации в стране: заявления политических деятелей стран ЕС, угрозы различных санкций, финансовая помощь антироссийским силам;

- образование ЕврАзЭС и ТС России, Белоруссии и Казахстана, которое также стало воздействующим на политику интеграции украинского руководства.

Именно разнонаправленность факторов, изложенных выше, предопределяет противоречивую политику украинского государства.

В случае интеграции Украины с ТС, становится очевидно, что на глобальной арене появится мощный многонациональный союз, полностью самодостаточный в территориальном, сырьевом, военно-промышленном, интеллектуальном, культурном, научно-техническом, технологическом и финансовом контексте. Создание такого интеграционного объединения представляется возможным, как свидетельствует история XX века.

Объединенный экономический потенциал России и Украины в их бытность республиками в составе Союза ССР был выше, чем у любой другой страны мира, за исключением США. Так, в 1970 г. удельный вес РСФСР/УССР в производстве важнейших видов продукции Советского Союза составлял (%): электроэнергии — 64.5/19.6, газа — 42/31, угля — 55/33, стали — 55/40, минеральных удобрений — 49/21, сахара-песка — 29/58. На Украине действовало 700 оборонных предприятий с общей численностью 1,5 млн. занятых, которые давали около 30 % продукции союзного ВПК. Согласно результатам исследований сравнительной эффективности национальных стратегий развития, в 1980-х годах Украина, по классификации ООН, достигла уровня сверхразвитого промышленного государства. В 1980-е годы на СССР приходилось 20 % мирового промышленного производства, соответственно, условная доля Украины в мировой экономике составляла не менее 2—3 % [2, с. 29—30].

На сегодняшний день стоит задуматься над главным вопросом о плюсах и минусах вступления Украины в Таможенный союз.

К положительным сторонам можно отнести(4):

1) **Энергоносители.** Вступление Украины в Таможенный союз позволит стране экономить на оплате российской нефти и газа от \$ 3 до \$ 6 млрд. в год.

2) **Расширение рынка.** Возможность увеличить экспорт товаров примерно на \$ 5—9 млрд. в год. Согласно подсчетам, произведенным в Институте народно-хозяйственного прогнозирования РАН и Институте экономики и прогнозирования НАН Украины, за три года удастся нарастить объем экспорта украинских товаров только в РФ на общую сумму \$ 4,6—8,8 млрд.

3) Рост торговли. Отмена Россией пошлин на экспорт углеводородов улучшит сальдо торгового баланса Украины на \$ 2,9 млрд., доведя его (при ценах на энергоносители как в Белоруссии — \$ 180 за тысячу кубометров газа) до \$ 5,1 млрд. Эффект от отмены защитных мер во взаимной торговле оценен еще в \$ 0,5 млрд., от снятия технических барьеров — в \$1 млрд.

4) Общий рост бюджетных доходов. Общая выгода Украины от присоединения к ТС может составить около \$ 6—10 млрд., а также появится возможность увеличить экономическую активность украинского государства на 17 % ВВП.

5) Развитие промышленности. Наиболее зависимые от цен на энергоносители отрасли украинской промышленности — металлургическая, машиностроительная, химическая — при льготных ценах получают новый импульс развития.

6) Поддержка гривны. Возможность стабилизации финансового положения Украины, обеспечение стабильного спроса на национальную валюту.

7) Перспективы дальнейшего реформирования экономики. Стимулирование будущих рыночных реформ в рамках Единого экономического пространства.

8) Независимость от МВФ. В случае присоединения к ТС Киеву не придется соглашаться на новые требования МВФ.

9) Следование мировой тенденции: создание мегасоюзов.

10) Гуманитарный аспект. Присутствие единого менталитета, общих культурных и исторических связей.

Разумеется, эксперты говорят и о негативных последствиях. Самыми очевидными из них являются:

1) Проблемы с ВТО. Этому могут способствовать ценовые льготы на энергоносители.

2) **Отказ от вектора интеграции с ЕС.** Стоит отметить, что европейский рынок объединяет почти в 3 раза больше потребителей, чем рынок ТС. Кроме того, страны ЕС являются крупнейшими инвесторами в украинскую экономику.

3) **Отказ от модернизации.** Льготные цены на энергоносители привели бы к исчезновению последних стимулов для модернизации украинской экономики.

4) **Наращение внутривнутриполитических конфликтов,** углубление раскола украинского общества.

Каковы же перспективы интеграции Украины с Таможенным союзом? Достаточно сложно дать однозначный ответ на данный вопрос. В результате «двухвекторной» политики интеграции украинского политического руководства возникают своеобразные «качели» [3, с. 55]: в зависимости от отклонения интеграционных процессов возникает ответная реакция либо со стороны прозападной части населения и стран ЕС, либо со стороны пророссийской части и самой России. Однако, такие «качели» губительно сказываются на политической и экономической ситуации в украинском государстве.

Очевидно, что интеграция с ЕС и переход Украины к европейским стандартам жизни невозможны только за счет перенимания внешней атрибутики европейского благополучия. Как минимум, на практике нужно усвоить фундаментальные европейские ценности.

Страны же Таможенного союза и Украины объединяют родственные нации, многовековая история, традиции, культура хозяйствования, а следовательно и общие проблемы в противостоянии вызовам глобализации и интеграции в общеевропейское и глобальное экономическо-цивилизационное пространство [2, с. 37].

Шаги по усилению интеграционного взаимодействия между Таможенным союзом и Украиной должны осуществляться без необоснованных иллюзий, но последовательно и несмотря ни на какие препятствия и зигзаги, поскольку такое взаимодействие отвечает долгосрочным стратегическим интересам народов обеих стран [3, с. 51].

Список литературы:

1. Азанов Б.К. Экономический эффект для России от вхождения в Таможенный союз и Единое экономическое пространство. РНЖ «Экономика и управление» — № 12 (86), 2012 — 128 с.
2. Кузнецов А.В. Геоэкономические риски Украины и России в условиях разобщенности. Журнал «Мировая экономика и международные экономические отношения» — № 7, 2013 — 29—37 с.
3. Пантин В.И., Лапкин В.В. Внутри- и внешнеполитические факторы интеграции Украины с Россией и ЕС. Журнал «Мировая экономика и международные экономические отношения» — № 11, 2012 — 50—56 с.
4. Таможенный союз: плюсы и минусы для Украины — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.profi-forex.org/internet/socialnye-seti/odnoklassniki/entry1008152978.html> (дата обращения 27.01.2014).

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

Калова Ирина Замировна

*студент Кабардино-Балкарского государственного университета,
РФ, Кабардино-Балкарская Республика г. Нальчик*

Таппасханнова Елизавета Оюсовна

*научный руководитель, доц. кафедры менеджмента и маркетинга,
РФ, Кабардино-Балкарская Республика, г. Нальчик*

Инвестиционная деятельность, как известно, является одним из основных источников финансирования туризма и рекреации. К приоритетным направлениям инвестиционной деятельности в туристско-рекреационной сфере относятся: формирование инфраструктуры инвестиционного рынка; определение основных направлений инвестиционных вложений; привлечение внебюджетных источников финансирования инвестиций (в том числе и иностранных); создание всех условий для объединения регионального и международного инвестиционных рынков.

Кабардино-Балкарская Республика (КБР), обладая уникальным туристическим и рекреационным потенциалом, практически долгие годы не развивала туризм и рекреацию. С переходом к рыночному механизму функционирования экономики возникла необходимость реформирования финансово-хозяйственной деятельности туристических предприятий КБР.

Развитие туристско-рекреационного комплекса (ТРК) республики рассматривается как одно из главных направлений формирования и реализации Федеральных и региональных программ. Речь прежде всего идет об участии Кабардино-Балкарии в государственной программе по развитию Северо-Кавказского федерального округа на период до 2025 года и которая предполагает создание туристско-рекреационного комплекса «Эльбрус-Безенги» на территориях таких районов КБР, как Черекский, Чегемский, Эльбрусский и Зольский [2].

Реализация данного проекта позволит создать 18,5 тысяч койко-мест, обустроить горнолыжные трассы площадью 9 882 тыс. кв. м., построить 61,9 км. канатных дорог, а также так необходимую для развития ТРК инфраструктуру — магазины, рестораны, развлекательные центры общей площадью 58,2 тысяч кв. м.

Проект предполагает так же строительство ряда объектов инженерной инфраструктуры: водопроводов и очистных сооружений, новых воздушных и кабельных линий электропередач, газопроводов. Планируется реконструкция и ввод в эксплуатацию автодорог А-58 Прохладный — Эльбрус через Баксан, Кисловодск — Долина Нарзанов — Джилы-Су — Эльбрус, включая подъезд к ней от федеральной трассы М 29 «Кавказ», а также ряда других автомагистралей и необходимых мостов.

Федеральная Целевая программа «Развитие транспортной системы России (2010—2015 годы)» предусматривает реконструкцию аэропорта Нальчик. Создание инфраструктурных объектов, по предварительным расчетам, потребует инвестиций на сумму более 35 млрд. рублей [5].

Успешное решение всех этих задач, безусловно, во многом будет зависеть от инвестиционного климата и инвестиционной политики в регионе.

Инвестиционный климат региона, как показывает ряд исследований, определяется его инвестиционным потенциалом, который напрямую зависит от имеющихся сфер и объектов инвестирования, а также от их разнообразия и экономического состояния. Оценить инвестиционный климат возможно на основе основных макроэкономических показателей, наличие на территории таких факторов производства как природные ресурсы, рабочая сила, основные фонды, инфраструктура. Немаловажную роль здесь играет также потребительский спрос.

Инвестиционный риск также определяет во многом инвестиционный климат в регионе, который характеризует вероятность потери инвестиций и дохода от них в результате неблагоприятной политической, социальной, экономической, экологической, криминальной ситуаций. Для иностранных

инвесторов на степень инвестиционного риска оказывает влияние Законодательство, которое регулирует, кроме всего прочего, возможности инвестирования в те или иные отрасли.

Кабардино-Балкарская Республика обладает необходимыми факторами, имеющими привлекательность для иностранного инвестора, к которым можно отнести: наличие природных ресурсов, достаточно солидный научно-технический потенциал, а также довольно выгодное географическое месторасположение — центр Северного Кавказа (Нальчик-Сочи — 315 км., Эльбрус-Сочи — 222 км., Нальчик-Пятигорск — 80 км., Нальчик-Кисловодск — 85 км., Эльбрус-Кисловодск — 65 км., Нальчик-Эльбрус — 95 км.). Все это позволяет активно развивать услуги как туристические, так и рекреационные.

Обеспечивают инвестиционную привлекательность республики и такие факторы как:

- имеющееся законодательство, поддерживающее инвестиционную деятельность;
- наличие трудовых ресурсов;
- -наличие ресурсов как минерально-сырьевых, так и рекреационных.

Все выше перечисленные факторы представляют собой лишь предпосылками решение проблемы. Для привлечения иностранных инвестиций в регионе необходимо создать благоприятный инвестиционный климат, основанный на целенаправленной политике, обеспечить становление таких не менее важных факторов, как экономических, организационно-правовых и политических факторов.

Инвестиционная привлекательность региона, как показал анализ, еще находится на недостаточно высоком уровне. И противодействуют ей следующие факторы:

- невысокая эффективность использования финансового потенциала республики и государственной собственности;
- теневая экономика и непрозрачность финансовых потоков;

- серьезные проблемы на пути финансовых потоков и неплатежей;
- отсутствие механизма привлечения инвестиций, особенно в период кризиса, и другие факторы.

Действия всех вышеперечисленных факторов, безусловно, сдерживают потенциальных иностранных инвесторов, однако, инвестиционный климат республики ими на сегодняшний день недооценивается. И причина тому большой объем негативной информации о КБР и в том числе о регионах Северного Кавказа, что искажает реальную картину инвестиционной привлекательности региона.

В этих условиях разработка стратегии инновационной и инвестиционной политики в туристско-рекреационной сфере республики, на основе объективного учета влияния факторов внешней и внутренней среды, имеет первостепенное значение.

Следует отметить, что Правительство КБР в последние годы проводит активную политику с целью повышения инвестиционной привлекательности региона. Так, в республике разработана и начала реализовываться «Стратегия развития Кабардино-Балкарской Республики до 2030 года». Заработало новое инвестиционное законодательство, которое предоставляет существенные льготы и гарантирует права инвесторов. Создана система поддержки бизнеса, инфраструктура для инвестиций, решена проблема информационной открытости. Все это даст возможность инвесторам эффективно реализовать тот ресурсный потенциал, который имеется в туристско-рекреационной сфере республики.

В республике разработан комплекс мер на основе предоставления мер государственной поддержки, что позволит стимулировать инвестиционную деятельность. На территории республики, в соответствии с Законом Кабардино-Балкарской Республики «Об инвестиционной деятельности на территории Кабардино-Балкарской Республики», могут применяться следующие меры государственной поддержки в отношении субъектов, осуществляющих инвестиционную деятельность:

- предоставление по приоритетным инвестиционным проектам государственных гарантий КБР;

- предоставление налоговых льгот по региональным налогам (в части платежей, поступающих в республиканский бюджет КБР, предоставляемые в пределах срока окупаемости инвестиционных проектов, но не более 5 лет);

- предоставление бюджетных кредитов;

- предоставление обеспечения из залогового фонда КБР в виде залога имущества, находящегося в государственной собственности республики;

- предоставление пособий для целевого финансирования из республиканского бюджета КБР государственным местным органам власти, отраслям промышленности, предприятиям;

- предоставление инвестиционных налоговых кредитов по региональным налогам;

- предоставление из республиканского бюджета КБР субсидий на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным субъектами инвестиционной деятельности в кредитных учреждениях;

- предоставление из республиканского бюджета КБР субсидий на возмещение части затрат на уплату лизинговых платежей по договорам финансовой аренды;

- другие меры государственной поддержки [3].

В Республике на сегодня создана необходимая инфраструктура для осуществления эффективной политики в области инвестиционной деятельности, реализации мероприятий по предоставлению мер государственной поддержки. Так, при Президенте КБР создан коллегиальный совещательный орган — Совет по инвестициям, основная цель которого — координация деятельности по реализации инвестиционной политики и содействие инвестиционной деятельности в Республике.

Основными задачами Совета являются:

- привлечение в республику инвесторов как российских, так и зарубежных;

- формирование перечня приоритетных инвестиционных проектов на основе проведения анализа инвестиционных проектов КБР;
- проведение контроля за реализацией инвестиционных проектов в республике;
- анализ передового отечественного и зарубежного опыта по привлечению инвестиций;
- рассмотрение проектов нормативных правовых актов по вопросам инвестиций, защиты прав и законных интересов, подготовка соответствующих предложений.

С целью привлечения инвестиций в республику, а так же для обеспечения эффективного взаимодействия бизнеса и органов государственной власти республики создано ОАО «Агентство инвестиций и развития Кабардино-Балкарской Республики», которое на основе использования различных рыночных механизмов и системы кредитования осуществляет эффективную поддержку инвестиционной деятельности в регионе.

Итак, для инвесторов наиболее привлекательными отраслями в КБР являются гостиничный бизнес и туризм. О готовности инвестировать в экономику региона заявили ОАО «Курорты Северного Кавказа», ОАО «Корпорация развития Северного Кавказа», а также иностранные компании из Италии, Франции, Кореи, Китая и США. Так, ОАО «КСК» будет участвовать в реализации проектов в Приэльбрусье. В Сочи в сентябре 2012 года, в рамках международного инвестиционного форума подписан с данной компанией соглашение по развитию туристско-рекреационной свободной экономической зоны на территории Эльбрусского района.

Создание современного многопрофильного курорта, которое соответствовало бы высоким международным стандартам — такова основная цель соглашения. Оно также предусматривает проработку и принятие единой концепции развития территории на основе привлечения иностранных инвестиций и увеличения количества туристов в районе Приэльбрусья.

В развитии приключенческого, экстремального и экологического туризма, а также в реализации в Кабардино-Балкарии проекта «Северо-Кавказский горный клуб» будут участвовать ОАО «Корпорация развития Северного Кавказа», а также ряд иностранных компаний.

На склоне Эльбруса, на первом этапе проекта планируется построить высокогорные приюты для альпинистов. На высоте более 4 тысяч метров будет построена первая гостиница на 48 мест. Всего в проект будет инвестировано более 1 млрд. 200 млн. рублей. Из них, более 200 млн. рублей планируется инвестировать на первом этапе. В рамках проекта предусматривается создание единой инфраструктуры материально-технического обеспечения путешествий, аренды техники, разработки типовых маршрутов во всех регионах, включая Кабардино-Балкарию, создание единого интернет портала туристической направленности [4].

Реализация инвестиционных проектов позволит:

- развивать такие направления спорта, как беговые и горные лыжи, фристайл лыжный и на сноуборде, сноубординг, катание на коньках, фрирайд;
- привлечь в туристскую сферу республики дополнительные инвестиции;
- развивать гостиничный и ресторанный бизнес;
- повысить конкурентоспособность туристского бизнеса республики в целом как на внутреннем, так и на международном рынках туризма;
- сформировать положительный имидж республики в целях привлечения дополнительного притока как российских, так и зарубежных туристов и спортсменов.

Реализация инвестиционных проектов приведет к росту объемов туристского потребления, а это, в свою очередь, приведет к необходимости развития целого комплекса сервисных услуг — транспорта, жилья, питания, а также условий для отдыха, развлечений, образования, удовлетворения потребности в новых впечатлениях, экологически здоровой среды, безопасности и т. п. Увеличение потребностей в этих услугах послужит стимулом к развитию малого и среднего бизнеса.

Как считают эксперты, через предприятия малого и среднего бизнеса, сельхоз-кооперацию, поставки продуктов, создание обслуживающей инфраструктуры и т. д. будет создано около 80 тысяч новых рабочих мест.

Что характерно, все вышеназванные процессы имеют инновационный характер. На решение задач по развитию инновационного предпринимательства направлена республиканская целевая программа «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства на 2012—2015 годы», принятая в конце 2011 года. На ее реализацию предусмотрено направить из всех источников финансирования 3 млрд. 327 млн. рублей. Средства федерального бюджета составят 662 млн. рублей, республиканского — 629,35 млн. рублей, внебюджетных источников — 2036,4 млн. рублей [1].

Таким образом, развитие туристско-рекреационного комплекса КБР рассматривается как одно из главных направлений формирования и реализации Федеральных и Региональных программ. Успешное решение всех этих задач, безусловно, во многом зависит от инвестиционного климата и инвестиционной политики в регионе. В этих условиях большое значение имеет, на основе объективного учета влияния факторов внешней и внутренней среды, разработка стратегии инновационной и инвестиционной политики в туристско-рекреационной сфере республики. Основными задачами инвестиционной деятельности в туристско-рекреационной сфере являются: создание инфраструктуры инвестиционного рынка; выявление приоритетных направлений вложения инвестиций; создание такого инвестиционного климата, который позволит привлечь различного рода внебюджетные источники финансирования инвестиций.

Список литературы:

1. В Кабардино-Балкарии принята новая программа развития и поддержки малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.pravitelstvokbr.ru/> (дата обращения: 17.01.2014).

2. Государственная программа Российской Федерации «Развитие Северо-Кавказского Федерального округа» на период до 2025 года [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.stavinvest.ru/upload/file/_\(343\).doc](http://www.stavinvest.ru/upload/file/_(343).doc)// (дата обращения: 10.01.2014).
3. Закон Кабардино-Балкарской Республики «Об инвестиционной деятельности на территории Кабардино-Балкарской Республики». Нальчик, 2006.
4. Туризм — приоритетное направление для Кабардино-Балкарии. [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.kbr.mk.ru/news/2012/11/20/>//(дата обращения: 5.02.2014).
5. Федеральная целевая программа «Развитие транспортной системы России (2010—2015 годы). [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.zakonprost.ru/content/base/part/675812/>// (дата обращения: 8.01.2014).

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ

Пьянкова Татьяна Сергеевна

*студент Финансовый университет при Правительстве РФ,
Челябинский филиал,
РФ, г. Челябинск*

Бухтиярова Татьяна Ивановна

*научный руководитель, д-р экон. наук, проф. Финансового университета при
Правительстве РФ, Челябинский филиал,
РФ, г. Челябинск*

Управленческий учет представляет собой процесс подготовки информации, необходимой менеджерам для планирования, управления и оценки производственно-коммерческой деятельности предприятия в целом, а также его структурных подразделений [1].

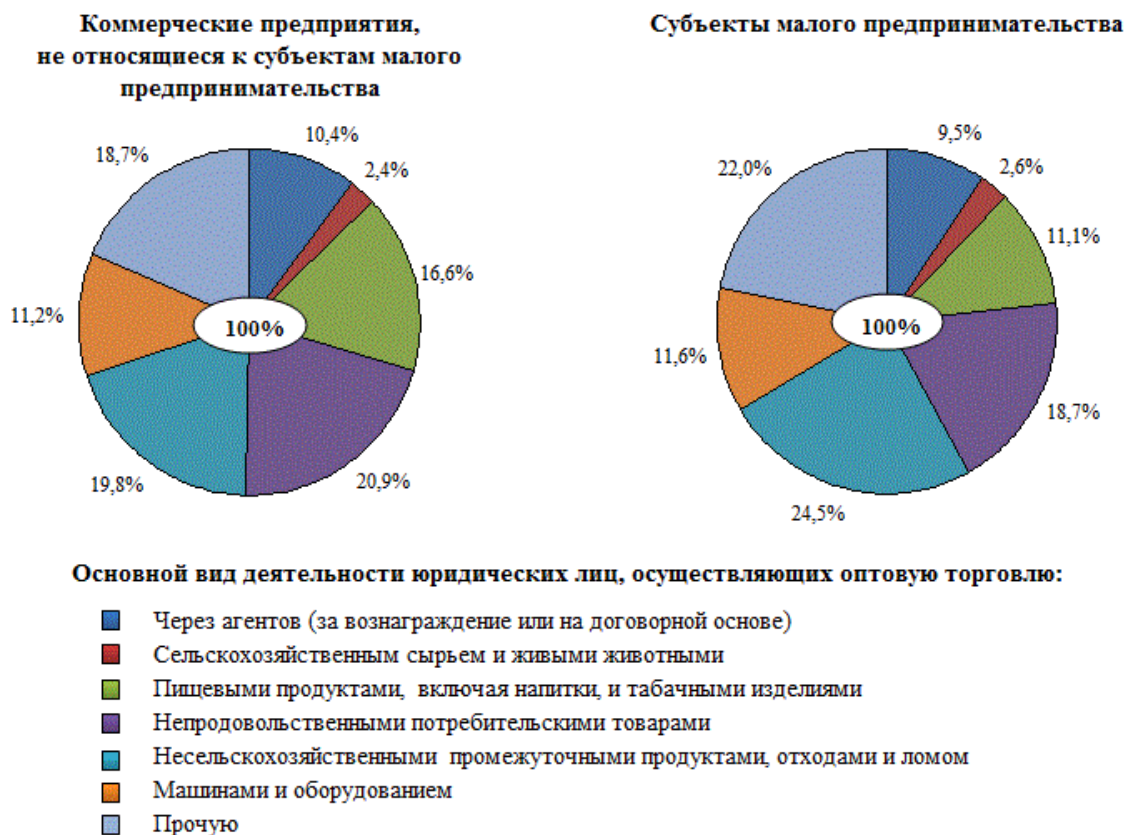


Рисунок 1. Структура организаций оптовой торговли по видам экономической деятельности в 2012 году

Коммерческие организации в 2012 году, не относящиеся к субъектам малого предпринимательства, основной вид деятельности, осуществляющих оптовую торговлю машинами и оборудованием составляет 11,2 %. (рис. 1) [3].

Основной вид экономической деятельности ЗАО ПКП «Электротехника» — оптовая торговля электрооборудованием (60 %), производство и поставка щитового оборудования (38 %), строительно-монтажные работы (2 %).

Проведем анализ экономических результатов деятельности Общества исходя из материалов бухгалтерской отчетности предприятия за 2010—2012 гг.

Объем расходов производства по экономическим элементам представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Затраты по экономическим элементам на ЗАО ПКП «Электротехника» за 2010—2012 гг.

п/п	Статья затрат	Затраты в 2010		Затраты в 2011		Затраты в 2012		Темп прироста, %	
		тыс. р.	%	тыс. р.	%	тыс. р.	%	2011 г.	2012 г.
1	Материальные	3467	50,3	2849	28,9	5228	46,4	-17,82	50,79
2	Трудовые	2529	36,7	5117	51,7	4405	39	102,33	74,18
3	Отчисления на социальные нужды	635	9,2	1761	17,8	1323	11,7	177,76	108,34
4	Амортизация	79	1,1	32	0,3	19	0,2	-59,49	-75,95
5	Прочие расходы	184	2,7	130	1,3	306	2,7	-29,35	66,30
	Итого	6894	100	9899	100	11281	100		

Из данной таблицы видно, что самый высокий удельный вес в производстве продукции занимают материальные затраты (46,4 % в 2012 году), также имеют значение и трудовые (39 %). Трудовые затраты высоки, что говорит о невысокой материалоемкости производства и высокой трудоемкости.

Таблица 2.

**Показатели эффективности деятельности ЗАО ПКП «Электротехника»
в 2010—2012 гг.**

Показатель	Годы			Отклонение, ±		Темп изменения, %	
	2010	2011	2012	2011 от 2010	2012 от 2011	2011 к 2010	2012 к 2011
Выручка	58417	69765	82739	11348	12974	119,43	118,6
Себестоимость	50089	59718	71023	9629	11305	119,22	118,93
Валовая прибыль	8328	10047	11716	1719	1669	120,64	116,61
Прибыль от продаж	2009	148	1424	-1861	1276	7,37	962,16
Прибыль до налогообложения	2340	-381	378	-2721	759	(16,28)	(99,21)
Чистая прибыль	2079	-402	359	-2481	761	(19,34)	(89,30)

Как показывают данные таблицы 2, наблюдается рост выручки предприятия на 12 974 тыс. руб. или на 18,6 % по сравнению с 2011 годом. Уменьшение чистой прибыли в 2011 г. (— 2481 тыс. руб.) было связано с закрытием производственного участка в мае 2011 года.

Таблица 3.

**Показатели динамики себестоимости произведенной продукции
на ЗАО ПКП «Электротехника» за 2010—2012 год**

Год	Себестоимость, тыс.руб.	Абсолютный прирост, тыс.руб		Темп роста, %		Темп прироста	
		базис	цепной	базис	цепной	базис	цепной
2010	22 025	-	-	-	-	-	-
2011	12 356	-9 669	-9 669	56,10	56,10	-43,9	-43,9
2012	33 307	11 282	20 951	151,22	269,56	51,22	169,56

На основании таблицы 3, мы проанализировали динамику изменения себестоимости произведенной продукции за последние три года.

Себестоимость произведенной продукции в период с 2010 по 2011 год снизилась на 9 669 тыс. руб., темпы роста составил 56,10 %, а темп прироста — 43,9 %, Это означает, что затраты на производство продукции снизились на 43,9 %, это обусловлено закрытием производственного участка в мае 2011 года.

В 2012 году наблюдается обратная ситуация. Абсолютный прирост по отношению к базисному году составил 11 282 тыс. руб., а по отношению к предыдущему году составил 20 951 тыс. руб., т. е. в период с 2010 по 2012 год затраты возросли на 151,22 %, а по отношению к 2011 году они увеличились на 269,56 %.

Основные факторы, влияющие на изменение общей суммы затрат ($Z_{общ}$), следующие:

$$Z_{общ} = \sum (ВП_{общ} \times Уд_i \times b_i) + П_p \quad (1)$$

где: $ВП_{общ}$ — объем выпуска продукции в целом по предприятию;

$Уд_i$ — ее структура;

b_i — уровень переменных затрат на единицу продукции;

$П_p$ — сумма постоянных расходов на весь выпуск продукции.

$$Z_{общ} = (25 \times 0,12 \times 1\,078) + 640\,975 = 644\,209 \text{ руб.}$$

Затраты на сырье и материалы занимают большой удельный вес в себестоимости продукции. Необходимость снижения себестоимости продукции заключена в экономии и рациональном использовании сырьевых, материальных и топливно-энергетических ресурсов, устранении их потерь и нерациональных затрат.

$$МЗ_{общ} = \sum (ВП_{общ} \times Уд_i \times УР_i \times Ц_i) \quad (2)$$

где: $МЗ_{общ}$ — материальные затраты в целом по предприятию;

$ВП_{общ}$ — объем выпуска продукции в целом по предприятию;

$Уд_i$ — ее структура;

$УР_i$ — расходуемые материалы на единицу продукции;

$Ц_i$ — средняя цена единицы материалов

$$МЗ_{общ.} = 25 \times 0,12 \times 52 \times 2\,987 = 465\,972 \text{ руб.}$$

Сумма материальных затрат на выпуск отдельных изделий зависит от тех же факторов, кроме структуры производства продукции:

$$МЗ_i = \sum ВП_i \times УР_i \times Ц_i \quad (3)$$

Большое влияние на формирование себестоимости оказывают прямые трудовые затраты. Анализ динамики заработной платы на рубль произведенной продукции, ее доли в себестоимости продукции, изучение факторов, определяющих ее величину, и поиск резервов экономии средств по данной статье затрат имеют большое значение.

Общая сумма прямой зарплаты зависит от объема производства продукции, ее структуры и уровня затрат на отдельные изделия.

Факторная модель общей суммы прямой заработной платы выглядит следующим образом:

$$ЗП_{общ} = \sum (ВП_{общ} \times Уд_i \times УТЕ_i \times ОТ_i) \quad (4)$$

где: $ВП_{общ}$ — объем выпуска продукции в целом по предприятию;

$Уд_i$ — ее структура;

$УТЕ_i$ — трудоемкость;

$ОТ_i$ — уровень оплаты труда за 1 чел.-ч. [2]

$$ЗП_{общ} = 25 \times 0,12 \times 14,5 \times 2\,687 = 116\,884,50 \text{ руб.}$$

Рассмотрев динамику косвенных расходов за 2010—2012 годы (табл. 4) можно сказать, что за все рассматриваемые года наибольший удельный вес занимают общехозяйственные расходы. Уменьшение в 2011 году по всем статьям, было обусловлено закрытием производственного участка.

Таблица 4.**Динамика косвенных расходов по ЗАО ПКП «Электротехника»
за 2010—2012 гг**

Затраты	Сумма, тыс. руб.		
	2010	2011	2012
Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	65	27	12
Общепроизводственные расходы	597	181	517
Общехозяйственные расходы	569	358	568
Коммерческие расходы	5	2	4
Итого косвенных расходов	1 236	568	1 101

В сложившейся ситуации наиболее эффективными мероприятиями для достижения снижения затрат на ЗАО ПКП «Электротехника» будет являться использование 3 вариантов развития.

Руководителем предприятия были созданы 3 варианта развития.

1. вариант. Целью данного варианта является расширения номенклатуры выпускаемого и поставляемого оборудования, постепенного увеличения объемов производства.

2. вариант. Целью данного варианта является выпуск определенной группы электрощитового оборудования, пользующихся на рынке большим спросом.

3. вариант. Целью данного варианта является увеличение объемов производства за счет мобилизации ресурсов и дальнейшего наращивания объемов, расширения номенклатуры поставляемого оборудования.

Для повышения уровня конкурентоспособности ЗАО ПКП «Электротехника» необходимо осуществлять следующие мероприятия:

1) Необходимо увеличить рост объемов продаж выпускаемой продукции за счет активизации потенциальных возможностей всех служб предприятия, изменить организацию труда основных рабочих для наиболее эффективного их использования, организовать 2-х сменный график работы.

2) Необходимо постоянно совершенствовать бизнес-процессы, на уровне: стратегического и оперативного маркетинга, управленческого учета, контроля и анализа затрат, сбытом, управление производством, для сохранения

их на уровне, позволяющие предприятию занять ведущие позиции в данной отрасли. Это одна из самых непростых задач, которая должны быть решена на предприятии.

Выше описанные действия помогут предприятию ЗАО ПКП «Электротехника» сохранить и повысить свою конкурентоспособность.

Основными элементами системы управления себестоимостью продукции являются прогнозирование и планирование, нормирование затрат, учет и калькулирование, анализ и контроль за себестоимостью. Все они функционируют в тесной взаимосвязи друг с другом.

Список литературы:

1. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник — 8-е изд., перераб. и доп. — М.: Из-во «Национальное образование», 2013. — 672 с.
2. Старовойтова Л.В. Экономический анализ деятельности предприятия. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://abc.vvsu.ru/Books/sk_ekon_analiz/page0004.asp (дата обращения 28.12.2013).
3. Федеральная служба государственной статистики — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/torg/opt/gr-opt1.gif (дата обращения 28.12.2013).

СТРАТЕГИЯ ИНДУСТРИАЛЬНО-ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В КЫЗЫЛОРДИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Жетесова Арайлым

*студент Кызылординского государственного университета
имени Коркыт Ата,
Республика Казахстан, г. Кызылорда*

Сагынаева Маржан Сагынайқызы

*старший преподаватель Кызылординского государственного университета
имени Коркыт Ата,
Республика Казахстан, г. Кызылорда*

Важнейшим итогом экономической политики государства Нурсултан Назарбаев назвал стабильное развитие экономики, которое в настоящее время позволяет усилить социальную направленность реформ, чтобы Казахстан стал действительно неотъемлемой и динамичной частью мировых рынков товаров, услуг, трудовых ресурсов, капитала, современных идей и технологий, мы должны решить, десять главных задач: не просто обеспечить и поддержать устойчивое развитие экономики, а управлять ее ростом [3].

В связи с переходом к рыночной экономики основной экономической проблемой предстоящего периода, на решение которой должны быть ориентированы все существующие и вновь создаваемые механизмы промышленной политики является проблема конкурентоспособности промышленных производств. Конкурентоспособность промышленных производств наиболее полно характеризует результаты происходящих в материальном секторе структурных сдвигов.

Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003—2015 год) разработана в соответствии с поручениями Президента Республики Казахстан, данными в Послании народу Казахстана «О положении в стране и об основных направлениях внутренней и внешней политики на 2002 год» и на десятом Форуме предпринимателей Казахстана, а также на основе постановления Правительства Республики Казахстан № 609

от 30 июня 2006 года «Об утверждении Плана мероприятий на 2006—2008 годы» [4].

Она формирует государственную экономическую политику Казахстана на период до 2015 года и нацелена на достижение устойчивого развития страны путем диверсификации отраслей экономики и отхода от сырьевой направленности развития.

Производство конкурентоспособных и экспортно-ориентированных товаров, работ и услуг в обрабатывающей промышленности и сфере услуг является главным предметом государственной индустриально-инновационной политики в стране.

Страна имеющие богатые природные ресурсы, не могут полагаться только на их разработку. Диверсификация базы производства и экспорта и увеличение их доли является самой правильной и лучшей стратегией для стран с богатыми ресурсами.

При этом развивающаяся экономика Казахстана при поэтапном развитии инновационной деятельности сталкивается с множественными проблемами.

Сырьевая направленность, интеграция в мировой экономике, невысокий спрос на товары и услуги на рынке, технологическая отсталость предприятий, отсутствие связей науки с производством, неразвитая производственная инфраструктура относится к основным проблемам в развитие экономики страны. Для преодоления сырьевой специализации страны в Казахстане разработан поэтапный план развития индустриально-инновационной политики.

Для этого Главой государства было принято постановление правительства Республики Казахстан № 456 от 25 мая 2006 года «Об утверждении Плана мероприятий по созданию эффективной системы развития не сырьевого экспорта и привлечения инвестиций в обрабатывающие отрасли».

Помимо функционирования банка развития в рамках стратегии создаются специальные институты, к числу которых относятся Казахстанский инвестиционный фонд, Корпорация по страхованию экспорта, которые проводят политику инвестирования в создании новых проектов.

Проведение научной и инновационной политики, направленная на развитие науки в сфере инновационной деятельности в стране, положительно повлияет на проведение и выполнение стратегии в данной сфере.

К числу поставленных целей относятся переход во всех отраслях экономики на мировые стандарты, а также развитие финансового рынка и развитие инфраструктурной политики.

Для выхода Казахстана на новый уровень социально-политического развития и устойчивому росту экономики, разработана стратегия, которая должна обеспечить к благополучным изменениям экономики и в ее структуре.

Для обоснования отдельных предложений по совершенствованию методов и механизмов государственного регулирования экономики в соответствующих разделах Стратегии приводится опыт зарубежных стран по реализации импортозамещающей и экспортно-ориентированной политики, включая различные виды и стадии экспортной политики, а также факторы, которые способствуют достижению конкурентного преимущества на мировых рынках.

В результате реализации Стратегия экономика страны к 2015 году постепенно должна перейти к сервисному и технологическому развитию.

До 2010 года стратегия индустриально-инновационного развития рассматривалась в стратегическом плане развития Республики Казахстан, которая должна проложить основу в сервисно-технологическом секторе экономики.

В 2013 году в послании Главы государства Республики Казахстан Н.А. Назарбаев отметил условия и задачи перехода к сервисно-технологической экономики, для этого стратегия должна рассматривать устойчивое развитие страны, путем диверсификации отраслей секторов экономики.

Либерализация экономических отношений повлиявшая на изменение форм собственности и развития малого и среднего бизнеса, стала главным направлением в экономической реформе. В начале 90-х годов на основе принятой стратегии экономического развития страны «Казахстан-2030» обозначены новые направления в развитии экономики.

За последние 15 лет принятые новые программы стратегии, эффективно развивают индустриально-инновационную деятельность предприятий, а также в различных секторах экономики, которые входят различные инфраструктуры экономики: сельское хозяйство, горнодобывающая и обрабатывающая промышленность, образование и строительство [2].

Успешная и эффективная разработанная стратегия показала свои перемены в сфере архитектуры, строительства и градостроительства с применением новых инновационных технологий.

Строительство это самостоятельная отрасль экономики страны, которая направлена на возведение новых производственных и непроизводственных объектов, расширение и перевооружение зданий и сооружений. Об этом свидетельствуют статистические данные Республики Казахстан где доля строительства в общем объеме ВВП составила 12,2 %. Для эффективного роста строительной отрасли Казахстану немаловажно производить свою отечественную продукцию, которая будет отличаться современностью, конкурентно способностью на мировом рынке. С увеличением строительства и возведением больших объектов в каждом городе будут открыты новые рабочие места, что удовлетворительно повлияет на долю трудоустройства в регионе.

В состав промышленности строительных материалов в Кызылординской области, входят 13 средних предприятий, а около 46 предприятий являются мелкими.

В настоящее время состоятельные и устойчивые сервисные подрядные компании составляют основную долю промышленных предприятий. В области строительными предприятиями производятся материалы силикатного и жженого кирпича, железобетонных изделий в широком ассортименте, щебня разной фракции, асфальтобетона и других строительных материалов.

На данный момент в Карту индустриализации Казахстана по кызылординской области входят 24 проекта. В области реализуется 24 проекта, общая стоимость которых составляет 151,7 млрд. тенге. Основной новостью в процветании строительного сектора региона является проект «Строительство

стекольного завода» стоимость которого составляет 18,8 млрд. тенге. Благодаря выпуску экспортно-ориентированных продуктов, строительство окажет эффективное воздействие на развитие экономики региона и сферы производства.

Из 24 проектов в 2010—2014 годах запущены 14 проектов, благодаря которому было создано 799 новых рабочих мест. В течение рассматриваемого периода был презентован второй этап проекта сернокислотного завода «СКЗ-У» — энергокомплекс на 18,5 мВт. В 2014—2018 годах ожидается реализация оставшихся 10 проектов и создание на них 1881 рабочих мест.

В прошлом году объем строительных работ составил 150,1 млрд. тенге, что на 16,7 % больше по сравнению с 2012 годом. В 2013 году наибольший удельный вес в общем объеме строительных работ занимали дороги и автомагистрали — 28,3 %, строительные работы по сооружению работ составили 4748,1 млн. тенге. В 2013 году было закончено строительство 1882 новых зданий, из которых 1812 жилого и 70 нежилого назначения.

Активно разрабатывается реализация программы «Дорожная карта бизнеса 2020» в Кызылординской области [1]. В рамках «Дорожная карта бизнеса 2020» в Кызылординской области выплачено более миллиарда тенге субсидий. Так если в 2012 году в рамках «ДКБ 2020» было выплачено субсидий на сумму 349,2 млн. тенге, то в 2013 году эта сумма составила 614,7 млн. тенге, что показывает увеличение выданных субсидий на 265,5 млн. тенге или на 43,2 %. На проекты за время реализации программы «ДКБ 2020» были профинансированы 156 проектов, поддержано 4045 и создано 1408 новых рабочих мест, сумма налогов, уплаченных участниками превысила 4,6 млрд. тенге.

В Кызылординской области по программе гарантирования предпринимателей в 2013 году было подписано 15 проектов, это в три раза больше по сравнению с 2012 годом. В рамках проекта «Бизнес-советник» с начало 2013 года планировалось обучить 638 человек экспресс — курсу предпринимательства, фактически обучено было обучено 900 жителей Кызылординской области, что на 262 человека больше или на 29,1 %.

Список литературы:

1. «Дорожная карта бизнеса — 2020» Казахстанская правда. 15 мая 2010 г.
2. Программа инновационного развития Казахстан на 2001—2015 годы. Региональная программа индустриально-инновационного развития Кызылординской области на 2007—2010 годы.
3. Сағынаева М.С. «Развитие индустриально-инновационной деятельности: тенденции и перспективы (на материалах Кызылординской области). — Кызылорда 2012 г.
4. Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003—2015 годы. Указ президента Республики Казахстан от 17 мая 2003 года № 1096.

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС СТУДЕНТОВ ВУЗ (А) НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА СОТРУДНИЧЕСТВА УНИВЕРСИТЕТА С ИННОВАЦИОННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Атласова Анастасия Дмитриевна

*студент Северо-Восточного Федерального университета
имени М. К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Протодьяконова Полина Васильевна

*студент Северо-Восточного Федерального университета
имени М. К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Таппанова Нюргуяна Николаевна

*студент Северо-Восточного Федерального университета
имени М.К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Сибилева Елена Валерьевна

*научный руководитель, доц. Северо-Восточного Федерального университета
имени М.К. Аммосова,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск*

Инновации в образовании в классическом понятии понимаются как внедрение новшеств в образовательный процесс и педагогическую деятельность с последующей целью повышения эффективности совместной работы учителя и учащегося. Инновации по своей сущности являются уникальным способом преодоления сложных, доселе неведомых, задач и решением проблем порой специфического характера.

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года в разделе «Развитие науки, национальной инновационной системы и технологий» определена необходимость создания национальной системы, поддержки инноваций и технологического прогресса. Для продвижения в указанном направлении принципиально важно воссоздать конкурентоспособный национальный сектор исследований и разработок как ключевого условия перехода экономики на инновационный путь развития [3].

Экономика Российской Федерации имеет минерально-сырьевой характер, и на протяжении многих лет ученые, экономисты и политики с нарастающим беспокойством подчеркивают, что на фоне богатейших природных богатств и ресурсов в Российской Федерации слабо развивается научно-технический сектор. Так, в первом полугодии 2012 года всего было импортировано в Россию товаров на сумму 226 миллиардов рублей, в том числе:

- Продовольственные товары и сельхозсырьё — 12,5 %.
- Минеральные продукты — 2,5 %.
- Химическая продукция — 15,3 % (в том числе лекарства — 3,3 %).
- Текстиль и обувь — 6,0 % (в том числе одежда — 2,8 %, кожаная обувь — 0,8 %).
- Металлы и изделия из них — 7,0 %.
- Машиностроительная продукция — 50,1 % (в том числе тракторы — 0,8 %, легковые и грузовые автомобили — 8,2 %).
- Прочие товары — 6,6 % [1].

По итогам января-ноября 2012 года импорт в Россию вырос на 4,7 % в годовом выражении и составил 247,2 миллиарда долларов [5].

Как видно из данной статистики, основную часть объема импорта в Россию составляет техническая и технологическая продукция, что свидетельствует о том, что научно-технический потенциал страны используется недостаточно эффективно, и государство вынуждено тратить большой объем денежных средств на их закупку и ввоз. Большая же часть инновационных технологий, разработанных и разрабатываемых в России, имеют имитационный характер, т.е. являются аналогами или копиями тех инноваций, которые давно используются в других развитых странах.

Основным фактором сбоев инновационной деятельности России является человеческий фактор, который проявляется в виде нехватки высококвалифицированного и компетентного персонала. В связи с этим на студентах высших профессиональных и средних профессиональных учебных заведений лежит большая ответственность за дальнейшее успешное развитие страны.

Так, по данным 2012 года, затраты на инновационные разработки в России составили 1,68 % ВВП (к примеру, в Германии доля затрат ВВП на НИОКР составляет 2,8 %), а численность персонала, задействованного в инновационном процессе, сократилась на 18,1 % по сравнению с 2000 годом (в 2000 году, численность персонала НИОКР составляла 887729 человек).

Россия является самой многонациональной страной в мире с большим технологическим потенциалом. На ее территории действуют 1429 ВУЗов (из них 754 являются государственными учреждениями) [4]. Молодые дарования всегда ценились, ценятся и будут цениться в промышленном и научном производстве любых профилей, так как именно они будут задействованы в инновационной деятельности страны.

В связи с этим нами, студентами Финансово-экономического института Северо-Восточного Федерального университета, был разработан долгосрочный проект совместной деятельности ВУЗа с субъектами инновационной инфраструктуры.

Основные положения проекта содержат следующее:

1. Целью проекта является максимальное соответствие деятельности инновационных предприятий требованиям Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года, а именно:

1) Усиление глобальной конкуренции, охватывающей не только традиционные рынки товаров, капиталов, технологий и рабочей силы, но и включающей системы национального управления, поддержки инноваций, развития человеческого потенциала.

2) Ожидаемая новая волна технологических изменений, резко усиливающая роль инноваций в социально-экономическом развитии и обесценивающая многие традиционные факторы роста.

3) Возрастание роли человеческого капитала как основного фактора экономического развития.

4) Переход российской экономики от экспортно-сырьевого к инновационному социально-ориентированному типу развития [2].

2. Содержание проекта:

- долгосрочная программа подготовки специалистов для предприятия с учетом перспектив его развития;
- целевая составляющая подготовки студентов, реализуемая совместно вузом и предприятием, включая опережающую подготовку кадров для освоения новых видов продукции и технологий;
- создание базы для проведения производственных, технологических и преддипломных практик студентов;
- проведение совместных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), привлечение вузовских ученых к созданию и трансферу инновационной продукции;
- целевая подготовка для предприятия кадров высшей квалификации.

Проект по типу является социальным, т.е. программой реальных действий, целью которой является создание, модернизация или поддержание в изменившейся среде материальной или духовной ценности. Стороны, согласившиеся принять участие в данном проекте, заключат между собой договор под условным названием «Стратегическое партнерство Университета с субъектами инновационной инфраструктуры» (далее — Договор).

Особенности (преимущества) проекта для студентов ВУЗа:

1) Получение скидки при оплате учебного семестра студентов Университета в размере от 10 % до 30 % для студентов, обучающихся на платной основе при условии хороших показателей работы в инновационных предприятиях и центрах.

2) Получение социальных и студенческих льгот студентам (начисление баллов по результатам работы и стажировки, получение транспортных карт и т. д.) студентам, обучающимся на плановой основе при условии хороших показателей работы в инновационных предприятиях и центрах.

3) Получение стажа работы студентов и обеспечение места прохождения экономической, производственной и преддипломной практик.

4) Получение практической информационной базы для написания курсовых работ, курсовых и дипломных проектов.

5) Обеспечение бесплатной рабочей силой инновационных предприятий и центров, заключивших договор с Университетом.

Особенности (преимущества) проекта для инновационных предприятий и центров:

1) Предоставление бесплатной рабочей силы.

2) Возможность отбора многообещающих специалистов своего дела.

3) Создание новых инновационных идей и проектов.

4) Ускоренный темп развития своей деятельности.

5) Пополнение кадрового резерва инновационных предприятий и центров.

6) В соответствии с перечнем установленных направлений инновационных проектов были выяснены основные тематические направления:

- информационно-телекоммуникационные технологии и электроника;
- космические и авиационные технологии;
- новые материалы и химические технологии;
- новые транспортные технологии;
- перспективные вооружения, военная и специальная техника, производственные технологии;
- технологии живых систем;
- экология и рациональное природопользование;
- энергосберегающие технологии.

В соответствии с данными требованиями Договор распространяется на следующие структурные подразделения ВУЗа:

1) Финансово-экономический факультет/институт по специальности «Менеджмент».

2) Инженерно-технический факультет/институт по специальности «Строительство».

3) Факультет/институт математики и информатики по специальностям «Информатика и вычислительная техника», «Прикладная информатика».

4) Физико-технический факультет/институт по специальностям «Медицинская физика», «Радиофизика», «Теплоэнергетика и теплотехника».

5) Горный факультет/институт по специальности «Горное дело (специалист)».

6) Технологический факультет/институт по специальности «Инфокоммуникационные технологии и системы связи».

7) Геологоразведочный факультет/институт по специальности «Технология геологической разведки».

Для обеспечения своевременного информирования будет целесообразным создание интернет-сайта консалтинговых и рекрутинговых услуг как хостинг официального сайта ВУЗа. На данном сайте будут размещены:

1) Характеристики студентов Университета и инновационных предприятий и центров, заключивших Договор с Университетом;

2) Отчеты студентов о прохождении производственной, экономической и преддипломной практик;

3) Отчеты о деятельности инновационных предприятий и центров;

4) Услуга онлайн-консультирования от специалистов ВУЗа, ответственных за данный проект.

Характер разработки идей и проектов совместными усилиями студентов Университета и инновационных предприятий и центров будет следующим:

- инновационные проекты;
- социальные проекты;
- инновационные бизнес-идеи;
- идеи о расширении возможностей партнерства.

Результатом стратегического партнерства Университета с инновационными предприятиями и центрами должны стать:

1) Рост заинтересованности в работе в области инновационной деятельности;

- 2) Увеличение занятости студентов и выпускников;
- 3) Разработка и внедрение инновационных проектов в действующие предприятия Республики Саха (Якутия);
- 4) Получение студентами компетенций в области своей специальности.

Список литературы:

1. Интернет-энциклопедия «Википедия», статья «Экономика России», раздел 15.2. «Импорт в Россию»: http://ru.wikipedia.org/wiki/Экономика_России.
2. Концепция долгосрочного развития Российской Федерации до 2020 года, глава 1.2. «Вызовы предстоящего долгосрочного развития», глава 1.3. «Целевые ориентиры».
3. Официальный сайт Министерства образования и науки Российской Федерации: <http://минобрнауки.рф/с/министерство/наука>.
4. Официальный сайт проекта «Мое образование», общая статистика государственных и негосударственных учебных заведений в Российской Федерации на 2009 год: http://www.moeobrazovanie.ru/gos_negos.html.
5. Сайт «ВестиЭкономика», статья «Импорт в Россию вырос на 4,7 % за 11 месяцев 2012 г.», 11.12.2012 г.: <http://www.vestifinance.ru/articles/20848>.

СОЗДАНИЕ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА

Турченик Марина Ивановна

*студент Челябинского филиала
ФГОБУ ВПО «Финансовый Университет
при Правительстве Российской Федерации»,
РФ, г. Челябинск*

Бухтиярова Татьяна Ивановна

*научный руководитель, проф., д-р экон. наук Челябинского филиала
ФГОБУ ВПО «Финансовый Университет
при правительстве Российской Федерации»,
РФ, г. Челябинск*

Эффективность деятельности предприятия в условиях рыночной экономики во многом определяется степенью организации и развития управленческого учета, неотъемлемой самостоятельной части бухгалтерского учета.

Ведение управленческого учета представляет объективную необходимость и является одним из условий, позволяющим решать оперативные задачи определения точки безубыточности, планирования цен и ассортимента товаров, работ, услуг. На стратегическом уровне управленческий учет занимается составлением планов реструктуризации бизнеса, капитальных вложений, производства новых видов продукции.

При постановке и реализации надежной системы эффективного управленческого учета возникает много вопросов, а результативность деятельности предприятия зависит не только от общей системой управления, но и от достоверности информации управленческого учета, информационного обеспечения процессов планирования и контроля на всех уровнях управления.

В процессе внедрения и функционирования управленческого учета необходимо разработать внутрифирменные стандарты по управленческому учету, адекватные особенностям системы управления и запросам внутренних пользователей, выбрать центры ответственности и определить места возникновения затрат, доходов, разграничить права и обязанности между ними, определить границы ответственности, выбрать эффективную методику ведения

учета, методику бюджетирования и бюджетного анализа в целях объективной оценки процессов и результатов деятельности центров ответственности.

Маржинальный доход ОАО «Челябинск-Лада» позволяет определить систему управленческих решений, связанных с регулированием цен, пересмотром ассортимента продукции и других маркетинговых операций.

Основным видом деятельности ОАО «Челябинск-Лада» является реализация автомобилей. ОАО «Челябинск-Лада» является официальным дилером ОАО «АВТОВАЗ» на Южном Урале.

В ОАО «Челябинск-Лада» принятию эффективных управленческих решений препятствуют отсутствие внутренней учетно-аналитической отчетности, применение устаревших способов планирования, учета и контроля, излишний и хаотичный сбор данных учетно-аналитической информации без структурирования информации по задачам и функциям управления, отсутствие связи между данными информации для внешних и внутренних пользователей.

Рекомендации управленческого анализа в ОАО «Челябинск-Лада» и использование его данных включают обоснование необходимости использования инструментов и методов маржинального анализа с тем, чтобы точнее прогнозировать спрос покупателей, отрегулировать цены закупки и продаж, объем и структуру товарооборота, определить ожидаемые и фактические результаты управленческих решений по результатам оценки использования государственных программ субсидирования, программ по утилизации вышедших из эксплуатации транспортных средств, проведению акций ОАО «АВТОВАЗ», направленных на стимулирование производства и реализации автомобилей LADA.

Для расчета точки равновесия в системе бухгалтерского управленческого учета применяются математический метод, метод маржинального дохода (валовой прибыли) и графический метод.

Используя математический метод (метод уравнения) для вычисления точки равновесия формула расчета прибыли предприятия имеет вид:

*Выручка от продаж Совокупные Постоянные
продукции — переменные — = Прибыль (работ, услуг) расходы*

По отчетным данным ОАО «Челябинск-Лада» составим уравнение:

$$1\ 566\ 609 \text{ тыс. руб.} - 1503562 \text{ тыс. руб.} = 63047 \text{ тыс. руб.}$$

Либо формулу можно представить в следующем виде:

*Цена единицы продукции * X — Переменные расходы на единицу продукции
* X — Постоянные расходы = Прибыль,*

где X — объем реализации в точке безубыточности, шт.

Цена единицы автомобиля равна 340 000 руб.

Переменные расходы на единицу продукции составляют 301 010 руб.

Постоянные расходы равны 88 897 000 руб.

$$340\ 000 \text{руб} * X - 301\ 010 \text{руб} * X - 88\ 897\ 000 \text{руб.} = 63\ 047\ 000 \text{руб.}$$

$$X * (340\ 000 - 301\ 010) - 88\ 897\ 000 = 0$$

Для полной окупаемости расходов ОАО «Челябинск-Лада» должна продать 2280 машин.

Совокупные постоянные расходы

$$X =$$

Маржинальный доход на единицу продукции

Используя математический метод, вычислим точку безубыточности для ОАО «Челябинск-Лада»: $X = 88\ 897\ 000 \text{ руб.} : 38990 \text{ руб.} = 2280 \text{ машин.}$

На каждые 100 рублей реализации маржинальный доход составляет 11 руб. 46 коп. Кромка безопасности, которая показывает, насколько может сократиться объем реализации, прежде чем организация начнет нести убытки, равна 54,4 %.

Минимальная цена реализации при продаже авто должна составлять 336 568,80 руб., только при этом условии организация будет получать прибыль.

По плану объем продаж за год должен составить 5000 автомобилей, а точка безубыточности достигается после продажи 2280 шт.

При маржинальном подходе можно получить информацию о постоянных расходах, о величине маржинального дохода и маржинальности каждого продукта.

Маржинальность продукта характеризует соотношение маржинального дохода и объема, который рассчитывается по нижеприведенной формуле:

$$\text{Маржинальность продукта} = \frac{\text{Маржинальный доход на единицу продукции (руб.)}}{\text{Выручка от продаж единицы продукции (руб.)}} \times 100\%.$$

Маржинальность по обследуемому предприятию равна 11,46 % из расчета (38 990 руб.: 340 000 руб.) *100 % = 11,46 %, т. е. на каждые 100 рублей реализации маржинальный доход составляет 11 руб. 46 коп.

Запланировав выручку от продаж продукции ОАО «Челябинск-Лада», можно определить размер ожидаемого маржинального дохода. Так, если выручка от продаж по плану составляет 1 700 000 000 руб., то этой сумме будет соответствовать маржинальный доход в размере 194 820 000 руб.

Для определения операционной прибыли необходимо уточнить сумму совокупных постоянных расходов:

$$194\,820\,000 \text{ руб.} - 88\,897\,000 \text{ руб.} = 105\,923\,000 \text{ руб.}$$

Продолжая расчеты, определим запас финансовой прочности организации (кромку безопасности).

$$\text{Кромка безопасности, \%} = \frac{\text{Планируемая выручка от продаж (руб.)} - \text{Выручка в точке безубыточности (руб.)}}{\text{Планируемая выручка от продаж (руб.)}} \times 100\%.$$

Кромка безопасности =

$$= ((1700\ 000\ 000 \text{ руб.} - 775\ 199\ 800 \text{ руб.}) / 1700\ 000\ 000 \text{ руб.}) * 100 = 54,4 \%$$

По ОАО «Челябинск-Лада» при продаже авто по цене выше 336 568,80 руб. при заданных условиях организация будет получать прибыль. Максимальная сумма постоянных и переменных затрат, которые сможет понести организация при запланированном объеме товарооборота 2500 машин и установленной цен реализации за 1 автомобиль 340 000 руб., составит: 2500 шт. * 340 000 руб. = 850 000 000 руб.

По плану объем продаж за год должен составить 5000 автомобилей, а точка безубыточности достигается после продажи 2280 шт.

$X = (2280 * 12) : 5000 = 5,47$ месяцев, т. е. по истечении 5 месяцев и 14 дней организация окупит все свои затраты и доходы будут превышать расходы.

Бухгалтерская модель безубыточности — это график линейной зависимости совокупного дохода и совокупных затрат от изменения объема продаж. Основанием для анализа служит расчет точки равновесия (критической точки). Зона прибыли и зона убытков распространяются вправо и влево от точки безубыточности Б (рисунок 1).

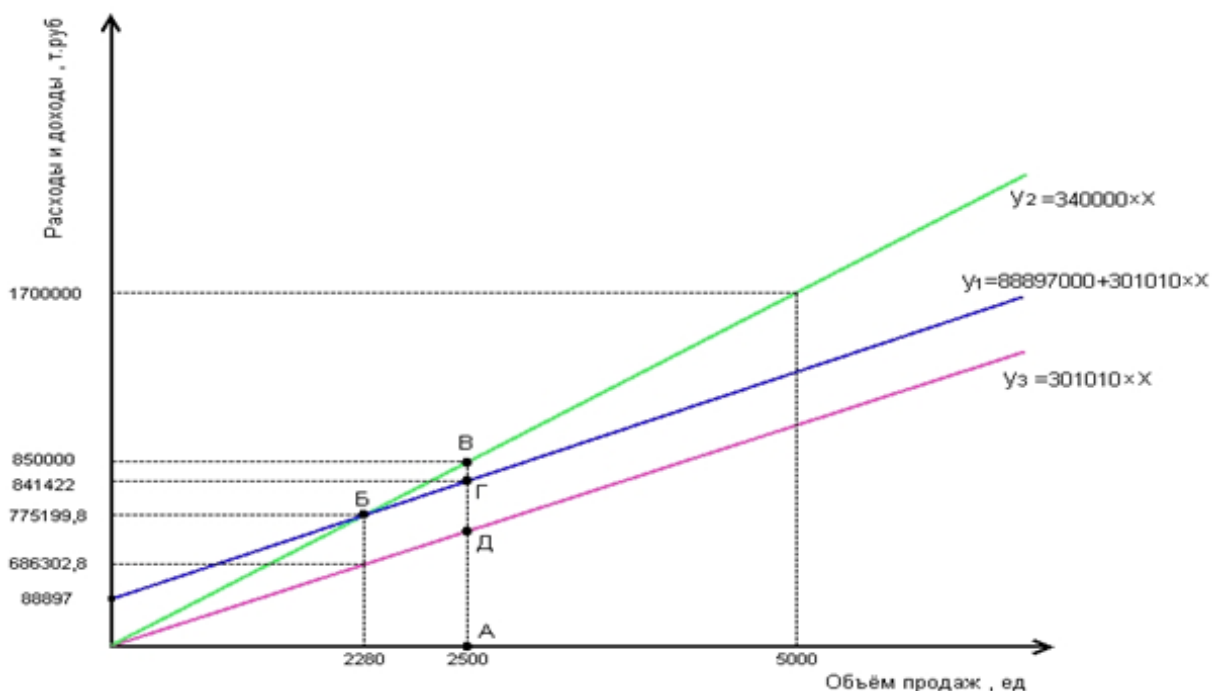


Рисунок 1. График безубыточности предприятия ОАО «Челябинск-Лада»

На данном графике видны зоны убытков продаж и область дохода. Таким образом, из рисунка следует, что при объеме продаж, превышающем 775199,8 тыс. руб., организация получает прибыль. Отрезок АД иллюстрирует размер совокупных переменных расходов при реализации 2500 машин.

Маржинальный доход — это разница между выручкой от продаж и переменными расходами. Следовательно, на графике маржинальному доходу в точке А будет соответствовать отрезок ВД, который состоит из 2 отрезков: отрезка ВГ (прибыль), и отрезка ГД (постоянные расходы).

Рассчитаем размер маржинального дохода и прибыли в точке А:

$$Y_1 = 88\,897\,000 \text{ руб.} + 301\,010 \text{ руб.} \cdot 2500 \text{ шт.} = 841\,422\,000 \text{ руб.}$$

$$Y_2 = 340\,000 \text{ руб.} \cdot 2500 \text{ шт.} = 850\,000\,000 \text{ руб.}$$

Определим прибыль ОАО «Челябинск-Лада»:

$$850\,000\,000 \text{ руб.} - 841\,422\,000 \text{ руб.} = 8\,578\,000 \text{ руб.}$$

Для расчета маржинального дохода скорректируем полученный результат на сумму постоянных затрат:

$$8\,578\,000 \text{ руб.} + 88\,897\,000 \text{ руб.} = 97\,475\,000 \text{ руб.}$$

На основе результатов создается организационно-методологическая модель управленческого учета, которая включает три составляющие — методологическую, организационную и техническую.

В отличие от стран с устойчивым и развитым экономическим положением на российских предприятиях ведение управленческого учета занимает 10 % рабочего времени и ресурсов развития. Все потребности управления бизнесом реализуются исключительно в рамках бухгалтерского финансового учета, при этом составляется запутанная отчетность с частым дублированием информации, что сказывается на количестве погрешности в сведениях, что в свою очередь дезориентирует руководителей. Более 80 % отечественных компаний не понимают своего финансового состояния. Для изменения соотношения в сторону управленческого необходимы как заинтересованность руководителей и специалистов предприятий, так и организационные предпосылки и условия функционирования управленческого учета [5].

Нами предложено изменить структуру управления ОАО «Челябинск-Лада», включая центры ответственности, процесс составления бюджетов. Совершенствование учета в разрезе центров ответственности мы видим в определении контролируемых статей, построении аналитического учета затрат, включая разработку кодов элементов и статей расходов по местам и центрам их возникновения, подразделении затрат на зависящие и не зависящие от данного подразделения.

Учитывая вышеизложенные факторы, препятствующие эффективному процессу бюджетного планирования, рекомендуется в первую очередь проработать организацию построения системы бюджетирования в ОАО «Челябинск-Лада» (рисунок 2).

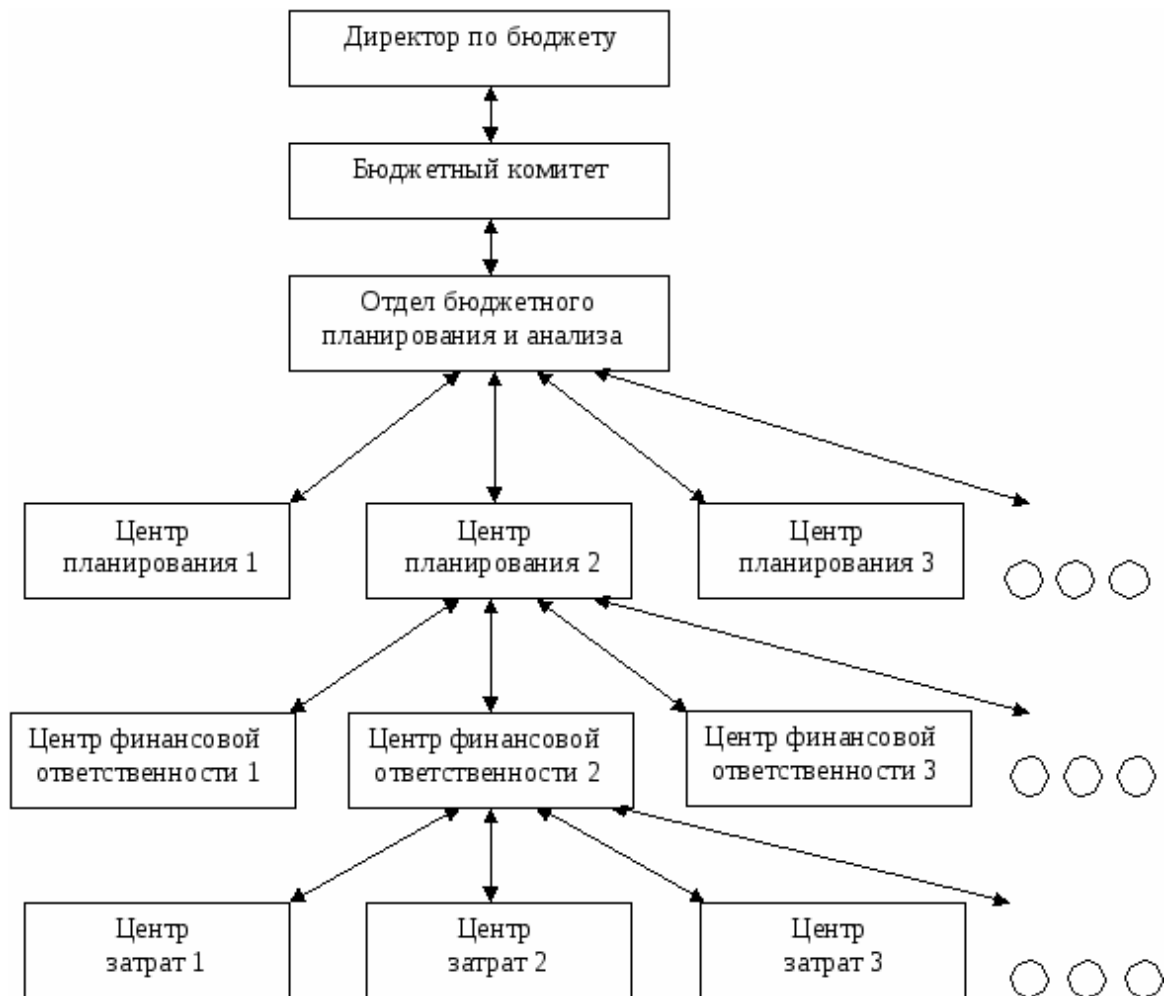


Рисунок 2. Организационно-управленческая модель бюджетного процесса

Основным требованием для построения эффективной системы бюджетирования является выделение центров финансовой ответственности. На предприятии рекомендуется выделять следующие центры принятия управленческих решений:

- ЦФО по доходам, к нему относится управление маркетинга и коммерческое управление (отдел сбыта и коммерческий отдел);
- ЦФО по расходам включает управление производством и управление технического обеспечения и ремонта (отдел снабжения);
- ЦФО по прибыли включает бухгалтерию, управляющую финансами и экономикой;

- ЦФО по инвестициям включает управление техническим развитием и управление по работе с персоналом (отдел кадров и отдел снабжения).

Чтобы выросла эффективность организации работ в процессе бюджетирования на предприятии, требуется создание отдела бюджетного планирования и анализа, реализующего решения бюджетного комитета и организующего мероприятия по их выполнению, работая с конкретными исполнителями [6].

Разработка и внедрение действенной системы финансового планирования на предприятии через формирование организационной структуры позволит составить обоснованные бизнес-прогнозы, объединить задачи и стратегию развития, выявить новые возможности и принимать управленческие решения посредством финансово-хозяйственного моделирования.

Список литературы:

1. Александров О.А. Риски в управленческом учете торговых организаций: организационно-методологические подходы //Экономический анализ: теория и практика, 2008, № 12.
2. Алексеева А.И., Васильев Ю.В., Малеева А.В., Ушвицкий Л.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб./ — М. «ФИНАНСЫ И СТАТИСТИКА», 2006.
3. Безбородова Т.И. Бухгалтерский управленческий учет: Курс лекций. — Пенза: Изд-во Пенз.го.ун-та, 2010.
4. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: учеб. / — 8-е изд., перераб. и доп. — М.: «Национальное образование», 2013.
5. Волошин Д.А. Проблемы организации управленческого учета на предприятии// Экономический анализ: теория и практика, 2006, № 22.
6. Еспергенова Л.Р. Учет затрат по центрам ответственности: проблемы и перспективы// БГИТА, 2009.
7. Иванова Ж.А. Учетная политика для целей управленческого учета// Проблемы современной экономики, 2010, № 4.
8. Палий В.Ф. Развитие методологии управленческого учета //Бухгалтерский учет, 2004, № 12.
9. Чупахина Н.И. Теоретические основы создания системы управленческого учета в АПК// Аудит и финансовый анализ, 2007 , № 5.
10. Шарова Ф.Л. Бухгалтерский управленческий учет: Учебное пособие / — М.: МИЭП, 2012.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ОБЩЕСТВЕННЫЕ
И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

*Электронный сборник статей по материалам IX студенческой
международной заочной научно-практической конференции*

№ 2 (9)
Февраль 2014 г.

В авторской редакции

Издательство «МЦНО»
127106, г. Москва, Гостиничный проезд, д. 6, корп. 2, офис 213

E-mail: mail@nauchforum.ru

