

# **ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ БУДУЩЕГО**

Материалы международной  
научно-практической конференции

(31 января 2018)

УДК 004.02:004.5:004.9  
ББК 73+65.9+60.5  
Ф79

*Редакционная коллегия:*

**Доктор экономических наук, профессор Ю.В. Федорова**  
**Доктор филологических наук, профессор А.А. Зарайский**  
**Доктор социологических наук, доцент Т.В. Смирнова**

**Ф79** ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ БУДУЩЕГО:  
материалы международной научно-практической конференции (31 января  
2018 г.) Отв. ред. Зарайский А.А. – Самара: Издательство ЦПМ «Академия  
Бизнеса», 2018. - 116с.

978-5-6040352-2-1

Сборник содержит научные статьи и тезисы ученых Российской Федерации и других стран. Излагается теория, методология и практика научных исследований в области информационных технологий, экономики, образования, социологии.

Для специалистов в сфере управления, научных работников, преподавателей, аспирантов, студентов вузов и всех лиц, интересующихся рассматриваемыми проблемами.

Материалы сборника размещаются в РИНЦ с постатейной разметкой на основании договора № 1412-11/2013К от 14.11.2013.

ISBN 978-5-6040352-2-1

УДК 004.02:004.5:004.9  
ББК 73+65.9+60.5

© *Институт управления и социально-экономического развития, 2018*

© *Саратовский государственный технический университет, 2018*

© *Richland College (Даллас, США), 2018*

*Белоусова И.В.  
ассистент  
кафедры бизнес-технологий и управления  
Московский технологический университет  
Россия, г. Москва*

## **РОЛЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

**Аннотация:** в статье приведен краткий обзор основных научных позиций по поводу теории предпринимательства, что явилось основой для определения места и роли малого предпринимательства как особого сектора национальной экономики в современной России. Автор статьи выделяет и анализирует основные факторы, определяющие развитие малого бизнеса в национальной российской экономике и делает обоснованный вывод о необходимости более эффективного государственного и муниципального регулирования данной экономической сферы.

**Ключевые слова:** предпринимательство, национальная экономика, малый бизнес, факторы, развитие.

*Belousova I.V.  
assistant of the Business technologies and management Department  
Moscow Technological University  
Russia, Moscow*

## **THE ROLE OF SMALL BUSINESS IN THE SOCIO-ECONOMIC THE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY**

**Abstract:** the article gives a brief overview of the main academic positions regarding the theory of entrepreneurship, which was the basis for determining the place and role of small business as a special sector of the national economy in modern Russia. The author identifies and analyzes the main factors that determine the development of small business in the Russian national economy and makes a reasonable conclusion about the need for more effective state and municipal regulation in this economic sphere.

**Keywords:** entrepreneurship, national economy, small business, factors, development.

Мировое научное сообщество в течение продолжительного периода времени формировало теорию экономического развития и поиска места предпринимательства в экономическом национальном устройстве. Предпринимательство как сектор экономики, как описывает Й.А. Шумпетер, предполагает отказ от привычного миропорядка и требует творческого подхода, в результате чего неординарные качества личности предпринимателя играют определяющую роль.[8]

Предпринимательство – это поиски возможностей за пределами контролируемых на данный момент ресурсов. Такую трактовку понятию дал профессор Гарвардской школы бизнеса Г. Стивенсон. [2] В процесс станов-

ления науки предпринимательства особый вклад внесла австрийская школа, яркими представителями которой являются К. Менгер, О. Бём-Баверк, Ф. Визер, Л. Мизес, Ф. Хайек. П. Друкер. Все они говорили о необходимости предпринимательского общества, где предпринимательство и инновации будут иметь устойчивый характер, а само понятие «предпринимательство» определяли как «просто работу».[1]

По мнению Й.А. Шумпетера, предприниматель – это хозяйствующий субъект, функцией которого является непосредственное осуществление новых комбинаций элементов данного процесса [8]. Предположительно в 1800 году Ж.Б. Сэй ввел термин «enterreneur» (предприниматель), дав ему следующее определение: предприниматель перераспределяет ресурсы из сектора малой продуктивности в больший и пожинает плоды. Также Ж.Б. Сэй определял деятельность предпринимателя как фактор производства, наряду с землей, капиталом и трудом, говоря о зависимости размера прибыли от эффективности деятельности предпринимателя.[7]

Важность существования предпринимательства, как эффективного двигателя экономического и общественного развития, выделял А. Маршалл, говоря, если у человека присутствует навык управления предприятием, он обязательно придет к тому, чтобы использовать его для достижения выгоды для человечества.[5]

Предпринимательство на всем протяжении существования определяет проблемные области, препятствующие своему развитию. Одну из таких проблемных сфер, а именно область человеческого капитала предпринимателей, описывает Т.У. Шульц.[6]

Кроме положительного влияния предпринимательства на национальную экономику и общество, по мнению И. Кирцнера, деятельность предпринимателя направлена на разрушение баланса рыночного состояния, так как именно в условиях рыночной дестабилизации предприниматель имеет возможность получить максимальную прибыль.[4]

Современное предпринимательство экономически развитых стран основывается на создании и развитии инновационной модели. Российская модель предпринимательства ищет свою нишу. Научно-исследовательская база в России содержит множество публикаций на тему развития предпринимательства, однако результаты исследований сводятся к самостоятельному развитию данного сектора, с минимальным вмешательством государства.

Поэтому необходимо особое внимание уделить государственному регулированию, механизмам и инструментам государственного управления. Государство, обладая всеми необходимыми инструментами, способно создать благоприятные эффективные условия для предпринимательства. М. Алле утверждает, государство, реформируя институциональные рамки, способно создать необходимые условия для сектора предпринимательства, где представители данной сферы смогут достичь наивысшей эффективности.

Малое предпринимательство является неотъемлемой частью нацио-

нального экономического развития страны. Субъекты малого предпринимательства находятся под влиянием как внутренних, так и внешних факторов, определяющих развитие данной бизнес-категории национальной экономической системы (Рис.1). Совокупность эффективного, сбалансированного управления данными факторами, как внутри предприятия, так и во внешней среде, обеспечивает качественное развитие малого предпринимательства. В свою очередь, внутренние факторы находятся в прямой или косвенной зависимости от внешних – регулируемых государством. Рассмотрим более подробно каждый из выделенных факторов.



Рисунок 1. Внешние и внутренние факторы, определяющие развитие малого предпринимательства в РФ.

При этом отметим, что предлагаемый перечень, отнюдь не претендует на полный исчерпывающий перечень факторов и проблем, определяющих развитие малого бизнеса в РФ, а лишь представляет собой авторское видение наиболее существенных из них на сегодняшний день.

К основным внутренним факторам и проблемам следует отнести следующее:

➤ **Низкая квалификация персонала.** В силу отсутствия финансовых, имиджевых возможностей привлечения специалистов высокого уровня малые предприятия испытывают дефицит в высококлассных профессионалах в области финансов, юриспруденции, менеджмента. Недостаточное количество специалистов сказывается на стратегическом развитии малого предприятия, где горизонт планирования редко превышает один год. В настоящее время на малых предприятиях отсутствует система

регулярного менеджмента, который характеризуется тем, что организация находится в непрерывном управлении со стороны топ-менеджмента. Кроме того, отсутствие системы повышения профессиональной квалификации для сотрудников и собственников бизнеса оказывает сдерживающее воздействие и ставит под угрозу благоприятное развитие предприятий малых форм.

➤ **Физический и моральный износ основных фондов.** Сектор малого предпринимательства, являясь наиболее уязвимым местом национальной экономики, испытывает определенные трудности в самостоятельном получении кредитных ресурсов. Данная ситуация сказывается на возможности представителей малого предпринимательства регулярно обновлять свои основные средства с целью совершенствования технологического процесса, снижения себестоимости продукции, максимальном удовлетворении потребителя и как следствие – максимизации прибыли. В результате данной проблемы сектор малого предпринимательства не имеет возможности конкурировать с представителями среднего и крупного предпринимательства во всех сферах экономики.

➤ **Низкое качество управления.** Для реализации бизнес-проекта необходимо не только наличие финансирования, квалифицированного штата, производственных мощностей, но и креативного собственника бизнес-идеи, который способен не только придумать инновационный проект, но и коммерциализировать его, разработать дальнейшее развитие предприятия, обеспечить каналами сбыта готовой продукции. Грамотное, качественное управление предприятием зависит от топ-состава малого предприятия. Насколько руководство компании способно эффективно регулировать хозяйственно-экономическую деятельность организации, и зависит дальнейшее положение малого предприятия на рынке.

Кроме внутренних факторов, оказывающих непосредственное влияние на развитие малого предпринимательства, существуют внешние – не зависящие от представителей малого предпринимательства:

➤ **Несовершенная конкуренция.** Сектор малого предпринимательства в силу объективных причин, таких как: недостаток оборотных средств, труднодоступность финансовых, кредитных, страховых ресурсов, ограниченность производственных, торговых, арендных мощностей, монополия, сложность доступа к государственному заказу, не может составить серьезную конкуренцию предприятиям среднего и крупного бизнеса. Поэтому отсутствие возможности добросовестно конкурировать ставит сектор малого предпринимательства в рамки самовывживания, что противоречит экономической природе предпринимательства как такового.

➤ **Несовершенство налоговой системы.** Малое предпринимательство (МП) является важной и неотделимой составляющей налоговой системы любой страны, поэтому развитость налоговой системы, определяя состояние национальной экономики в целом, определяет и состояние малого предпринимательства. Налоговая система страны по своей сути является сферой взаимодействия государства и субъекта налогообложения в налоговом поле,

при которой государство устанавливает понятные правила взаимодействия налогоплательщика и контролирующих органов. Налог является взносом, гарантирующим справедливое взаимовыгодное сотрудничество государства и субъектов налогообложения. Однако отсутствие налоговых мер стимулирования малого предпринимательства в виде освобождения от уплаты ряда налогов на период создания, дифференцированной шкалы налогообложения не только внутри сектора малого предпринимательства, но и внутри национальной экономической системы ставят малые предприятия на один уровень с представителями среднего и крупного предпринимательства. Что, в свою очередь, несправедливо в силу неодинаковых возможностей.

➤ **Ограниченный доступ к финансовым ресурсам.** Малое предпринимательство является самым рискованным направлением среди других секторов предпринимательства. В данных условиях, когда появляется необходимость привлечения кредитных ресурсов, возникает проблема способности малого предприятия отвечать всем необходимым требованиям со стороны кредитных учреждений. Сюда же можно отнести труднодоступность получения государственных гарантий под кредитование и стоимость кредитных ресурсов, процентная ставка по которым находится на высоком уровне, при котором возникают дополнительные риски по привлечению финансирования и его эффективности. Отсутствие возможности пользоваться доступными инструментами кредитования порождает определенные барьеры развития не только сектора малого предпринимательства, но и экономики государства в целом.

Специалисты в области развития малого предпринимательства всего мира отмечают изменение мировой рыночной экономики, где сектор малого предпринимательства отличается быстрым ростом, повышается его значимость в национальной экономике. Специализация малых предприятий приобретает узконаправленный характер, нацеленный на определенные сектора экономики и субъекты среднего и крупного предпринимательства.

Ввиду сложившихся новых экономических условий, где основная ставка делается на развитие малого предпринимательства, необходимо уделить особое внимание качеству регулирования предпринимательства на местном уровне. Малое предпринимательство способно эффективно развивать муниципальную и региональную экономику.

Малое предпринимательство как объект государственного регулирования имеет важное экономическое значение в развитии региональной экономики в условиях мировой глобализации и интеграции экономического сообщества. Успешное и качественное развитие малого предпринимательства зависит от реализуемой государственной политики не только на федеральном, но, что более важно, – на региональном и местном уровнях. «Отраслевое разнообразие субъектов малого предпринимательства, мультивариантность созданных структур поддержки, ресурсных источников поддержки, стохастичность внешней среды, необходимость ситуационного подхода делают обязательным создание адаптивной системы управления

развитием малого предпринимательства». [3]

В России малое предпринимательство в процессе развития и совершенствования встречает массу различных препятствий, будь то административные барьеры, несовершенство налогового законодательства, нехватка оборотных средств, трудность получения кредитных ресурсов, проблемы реализации продукции, дефицит площадей различного назначения по приемлемым ценам и многое другое, что приводит к замедлению развития малого предпринимательства. Успешное преодоление указанных барьеров, через различные механизмы регулирования, обеспечивает потребность органов местной власти в необходимых финансовых ресурсах с целью повышения качества управления экономикой региона, что, в свою очередь, дает необходимый толчок для развития малых форм предпринимательства.

#### **Использованные источники**

1. Австрийская школа в политической экономии. К. Менгер, Е. Бём-Баверк, Ф. Визер. М.: Экономика, 1992 .
2. Еремкина Ю.В., Шибилева О.В. Предпринимательство: становление и развитие // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 11. URL:<http://web.snauka.ru>
3. Иванов В.В. Михальченков И.А. Система управления развитием малого бизнеса территории. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом». 2004 г. № 2.
4. И. Кирцнер. Конкуренция и предпринимательство. М.: Из-во Социум, 2010.
5. Красова О.А., Петрова Ю.С., Альфред Маршалл. Серия «Гуру менеджмента». URL: <https://www.litres.ru>
6. Нобелевские лауреаты по экономике: биобиблиографический словарь. 1969—1992. М.: Российский независимый институт социально-экономических исследований, 1994.
7. Сэй Ж.Б. Трактат по политической экономии; Экономические софизмы; Бастиа Ф. Экономические гармонии // Сост., вступ. ст. и коммент. М. К. Бункиной и А. М. Семенова. М.: Дело; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации, 2000 .
8. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: «Эксмо», 2007 г.



*Гладков Д.В.  
преподаватель кафедры тактико-  
специальной подготовки  
майор полиции  
ВФ ФГКОУ ВО РЮИ МВД России  
Россия, г. Волгодонск*

*Gladkov D.V.  
lecturer of the department tactical-special training  
lieutenant colonel  
VF FGKOU IN THE RYI OF THE MOI OF RUSSIA  
Russia, Volgodonsk city*

**ОТДЕЛЬНЫЕ ОПЕРАТИВНО - РОЗЫСКНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК  
СПОСОБ ВЫЯВЛЕНИЯ ЛАТЕНТНЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ  
SEPARATE OPERATIONAL - SEARCH MEASURES AS A WAY TO  
IDENTIFY LATENT CRIMES**

**Аннотация.** *В данной статье рассматриваются проблемные вопросы выявления, изъятия из незаконного оборота наркотических средств, оружия, боеприпасов, взрывчатых веществ, взрывных устройств, находящихся на хранении у лиц, проживающих на территории Российской Федерации, одним из методов оперативно - розыскной деятельности. Приведен анализ статистических данных на примере административно-территориальной единицы Российской Федерации за последние несколько лет. Возможные пути решения данной проблемы.*

**Annotation.** *This article examines the problematic issues of identifying, removing from narcotic drugs, weapons, ammunition, explosives, explosive devices stored by persons residing in the territory of the Russian Federation, one of the methods of operational search activity. The analysis of statistical data on the example of the administrative-territorial unit of the Russian Federation over the past few years is given. Possible ways to solve this problem.*

**Ключевые слова:** *оперативно-розыскное мероприятие, жилище, выявление, изъятие.*

**Key words:** *latency, operational-search activity, housing, identification, seizure.*

Незаконный оборот наркотических средств, оружия, боеприпасов, взрывчатых веществ (ВВ), взрывных устройств (ВУ) сами по себе латентные виды преступной деятельности - (лат. latens - скрытый, тайный), невидимая, скрытая часть которых обусловлена практически отсутствием сообщений, заявлений лиц о таковых фактах.

Наличие факторов снижения эффективности раскрытия данных преступлений, своевременное привлечение лиц, занимающихся данной незаконной деятельностью, к уголовной ответственности приводит к их латентности. Это связано с закрытой преступной деятельностью по выращиванию, переработке, хранению, наркотикосодержащих растений,

наркотических средств, предоставления помещения для употребления наркотических средств, также хранения ВУ и ВВ по месту жительства преступника, с применением маскировки своих преступных действий, ограниченного количества лиц располагающих данной информацией, а иногда и отсутствием таковых лиц. Фиксация и изъятие вещественных доказательств, путем проведения оперативно-розыскных мероприятий, связанных с нарушением неприкосновенности жилища, обусловлено вмешательством и нарушением конституционного права граждан. Предоставление результатов оперативно-розыскной деятельности (далее ОРД), проверка и признание законными полученные вещественные доказательства процессуальными лицами, использование их при доказывании в уголовном процессе, - это те задачи, которые необходимо учитывать при принятии решения о проведении того или иного оперативно-розыскного мероприятия уполномоченным лицам.

Установление фактов совершения уголовно наказуемых деяний, при условии латентности их совершения, это есть получение достоверной, проверенной, достаточной информации, от конфиденентов, о лицах подготавливающих, совершивших, совершающих, противоправное деяние, предварительное следствие по которому обязательно, или признаках такого преступления, которая является основанием для проведения оперативно - розыскного мероприятия (далее ОРМ). Данная информация требует от уполномоченного лица действий, связанных с установлением причастности лица к преступлению, по которому производство предварительного следствия обязательно, и последующему документированию преступной деятельности, фиксации, изъятия вещественных доказательств.

Одним из таких действий, при получении полной, достоверной информации, о лице совершающем незаконное хранения наркотических средств, в особо крупном размере, по месту жительства является ОРМ – «обследование помещений, зданий, сооружений, участков местности и транспортных средств», которое проводится в рамках дела оперативного учета, без возбуждения уголовного дела, и без участия следственных органов.

Однако, так как данное мероприятие затрагивает конституционные права граждан, о неприкосновенности жилища, в этом случае руководитель органа, осуществляющего оперативно-розыскную деятельность, выносит мотивированное постановление, в котором ходатайствует перед судьей о получении разрешения суда об ограничении права гражданина. Основания проведения - ст.25 Конституции Российской Федерации, ст.ст. 6-9 Федерального закона Российской Федерации «Об ОРД». В постановлении необходимо прописать цели проведения мероприятия. Это могут быть по установлению лиц, вовлечённых в незаконный оборот наркотических средств, установления причастности гражданина к преступной деятельности, связанной с незаконным оборотом наркотиков, изъятия наркотических

средств из незаконного оборота, установления канала поставки наркотического средства и сети посредников, недопущения поступления наркотических средств в незаконный оборот, изъятия иных запрещенных к свободному гражданскому обороту вещей и предметов, в том числе оружия, боеприпасов, ВВ, ВУ.

Также данное ОРМ применительно к выявлению таких преступлений как незаконное культивирование запрещенных к возделыванию растений, содержащих наркотические вещества, организация, содержание притонов для потребления наркотических средств или психотропных веществ, выявление посредников, мест хранения при сбыте наркотических средств, незаконного оружия, боеприпасов, ВВ, ВУ.

Рассмотрим применение ОРМ – «обследование помещений, зданий, сооружений, участков местности и транспортных средств», на примере одного из районов Ростовской области, и его влияние, за определенный период времени, на выявление латентных преступлений в сфере незаконного оборота наркотических средств, согласно статистическим данным.

За 2013 год на территории Цимлянского района Ростовской области выявлено всего незаконных хранений наркотических средств 27 фактов, из них 8 преступлений с использованием ОРМ – «обследование помещений, зданий, сооружений, участков местности и транспортных средств». Уже в 2014 году данное ОРМ широко использовалось в раскрытии преступлений данного состава, из зарегистрированных 20 незаконных хранений наркотических средств, 19 выявлено с использованием данного ОРМ, в 2015 году – из 22 хранений наркотических средств выявлено 10 преступлений. В 2016 году всего выявлено хранений наркотических средств – 15, данным ОРМ выявлено 1 незаконное хранение наркотических средств. В 2017 году, раскрыто 6 преступлений данной направленности, ОРМ – «обследование помещений, зданий, сооружений, участков местности и транспортных средств» не применялось.

При рассмотрении приведенных статистических данных заметна тенденция к снижению применения этого мероприятия, что сопряжено с прецедентами, возникшими в судах, при рассмотрении уголовных дел данной категории. При проведении обыска в жилище, добровольная выдача запрещенных в свободном обороте предметов, веществ, не освобождает от уголовной ответственности, если обыск проводится с целью обнаружить именно таковые предметы или вещества. Освобождение от уголовной ответственности при совершении добровольной выдачи запрещенных предметов, веществ, в ходе проведения гласного ОРМ «обследование помещений, зданий, сооружений, участков местности и транспортных средств» законодателем не оговаривается. Однако юристы считают, недопустимостью подмены обыска, как следственного действия, ОРМ «обследование помещений, зданий, сооружений, участков местности и транспортных средств», и необходимостью проведения именно осмотра жилища, без проникновения в определенные места укрытия. Таким образом,

проблема оценки доказательств полученных в ходе проведения ОРМ «обследование помещений, зданий, сооружений, участков местности и транспортных средств», без возбуждения уголовного дела, и следственного действия обыска по возбужденному уголовному делу имеет место быть, и влияет на раскрытие определенных видов преступлений.

Выявление данной категории преступлений на ранней стадии, снизит количество латентных преступлений, и предотвратит в последующем, совершение этими лицами более тяжких преступлений. Возникает необходимость внесения разъяснений в Федеральном законе, по правоприменительной практике данного ОРМ.

**Использованные источники:**

1. Конституция Российской Федерации // Российская газета. 1993 г. № 237.
2. Федеральный закон Российской Федерации "Об оперативно-розыскной деятельности" от 12.08.1995 N 144-ФЗ // Российская газета. 1995 г. № 160.
- 3 Уголовный кодекс Российской Федерации // Российская газета. 1996 г. N 113, 114, 115, 118.
4. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2001 г. N 174-ФЗ // Российская газета. 2001 г. N 249.

*Гребенникова Е.Г.*  
*студент магистратуры*  
*Волгоградский государственный технический университет*  
*Россия, г. Волгоград*  
*Grebennikova E.G*  
*student magistracy*  
*Volgograd State Technical University*  
*Russia, Volgograd*

**ОТКРЫТОСТЬ И ПРОЗРАЧНОСТЬ В БЮДЖЕТНОМ ПРОЦЕССЕ  
ФОРМИРУЕТ ДОВЕРИЕ У НАСЕЛЕНИЯ И КОНТРОЛИРУЕТ  
КОРРУПЦИЮ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ  
OPENNESS AND TRANSPARENCY IN THE BUDGETARY PROCESS  
FORMS THE TRUST OF THE POPULATION AND MONITORING  
CORRUPTION IN THE STATE ADMINISTRATION**

**Аннотация:** *В статье рассматриваются понятия «открытый» и «прозрачный» бюджет, позволяющие объяснить значение и важность их применения в данном случае. Выявлены перспективы применения повышения прозрачности и открытости бюджетного процесса.*

**Annotation:** *The article deals with the concepts of "open" and "transparent" budget, allowing to explain the significance and importance of their application in this case. The prospects for applying transparency and openness to the budget process have been identified.*

**Ключевые слова:** *«открытый» и «прозрачный бюджет», контроль бюджетного процесса, доверие граждан, борьба с коррупцией.*

**Key words:** *"open" and "transparent budget", control of the budget process, citizens' trust, fight against corruption.*

Существование эффективной системы государственных финансов включает обеспечение прозрачности, открытости и подотчётной деятельности государства. Проблема повышения открытости и прозрачности бюджетной системы в последнее время была значительной и актуальной, поскольку прозрачность является основным условием открытости решений государственных органов, направленных на формирование и развитие эффективной бюджетной политики [1].

Прозрачность в бюджетной сфере проявляется в форме открытости и прозрачности информации о структуре и функциях органов государственной власти, направлениях бюджетной политики, состоянии государственных счетов и прогнозах бюджета.

Использование принципа открытого бюджета подразумевает свободный доступ абсолютно любого человека к надёжной и полной информации о деятельности государственной власти в бюджетной сфере. Поскольку каждый гражданин имеет доступ к мероприятиям в отношении государственного бюджета, необходимо принять ряд мер для доступного распространения такой информации, а именно: информацию о состоянии

бюджета (стране, городе, области и т. д.), размещенные на официальном веб-сайте или в любом другом источнике, должны быть надежными и быть доступными для понимания каждого гражданина. По этой причине своевременное получение достоверной информации о бюджете должно предоставляться путем его получения через интернет-ресурс [3].

Понятия «открытость» и «прозрачность» имеют сходную семантическую связь. Открытость - это проникновение, а также влияние на состояние всех сфер общества. Прозрачность характеризуется максимальной доступностью информации о бюджетной деятельности государства. Таким образом, открытость и прозрачность системы государственного бюджета необходимы для развития и повышения доверия со стороны граждан, а также для поддержания и функционирования политической системы в целом.

Используя открытый и прозрачный бюджетный процесс, можно добиться максимальной ответственности со стороны государства за разработку бюджетных планов, а также за их реализацию, что, в свою очередь, обеспечит эффективный контроль над решениями об использовании бюджетных средств. По этой причине, прозрачность бюджета является одним из самых важных способов борьбы с коррупцией, поскольку вероятность коррупционных сделок и соглашений значительно сокращено [3].

Повышение уровня прозрачности бюджетного процесса способствует достижению следующих целей:

1. Прозрачность в бюджетной сфере помогает повысить доверие общественности к правительству;
2. Прозрачность создает возможность контролировать средства государственного бюджета (доходы и расходы) и способствует эффективной борьбе с коррупцией;
3. Прозрачность повышает уровень ответственности исполнительной власти за разработку и исполнение бюджета. В этой связи усилен контроль за принятие решений по бюджету со стороны граждан и представительных органов;
4. Прозрачность создает условия для публичного обсуждения вопросов, связанных с содержанием и исполнением бюджета, а также даёт возможность реализовать право общественности на информацию о бюджете и учитывать её позицию в окончательных решениях по бюджету;
5. Прозрачность делает политику национального и регионального правительства более открытой для мирового сообщества, что способствует привлечению иностранных инвестиций в нашу страну [3].

Применяя принцип открытого и прозрачного бюджета на практике, возникает вопрос о необходимости улучшения бюджетной информации, документации, а также необходимости участия граждан в бюджетном процессе. В этой связи необходимо создать ряд условий для понимания гражданами бюджетного процесса «изнутри»:

- разработать четкие показатели, характеризующие положение дел (социально-экономическое положение) на территории;
- разработать четкие формы анализа изменений государственных показателей в бюджетном процессе;
- изучать и знать информацию о состоянии экономической ситуации на территории населения (информировать граждан о средствах, которые они платят государству в качестве налога).

Только после этого будет понимание, что:

- состояние дел контролируется властями по понятным показателям и не является секретом для населения;
- можно измерить изменение состояния и оценить экономическую эффективность этого изменения;
- на изменение состояния может повлиять участие в бюджетном процессе.

Для обеспечения прозрачности и общественного участия в бюджетном процессе останется только зафиксировать в нормативно-правовых актах разумные по характеру и срокам процедуры такого участия [2].

Таким образом, открытость и прозрачность бюджетного процесса способствует не только доверию населения, обеспечению сильной связи граждан со своим государством, но и обеспечению контроля над коррупцией в сфере государственного управления.

#### **Использованные источники:**

1. Денисова Ю.А., Коротаева О.А. К Вопросу о прозрачности бюджетного процесса // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сб. ст. по мат. XIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 13. [Электронный ресурс].— Режим доступа.  
URL: [sibac.info/archive/humanities/13.pdf](http://sibac.info/archive/humanities/13.pdf) (дата обращения: 21.01.2018)
2. Мирзалиев М.Н., Журкина Я.А. Бюджетный процесс в Ленинградской области: анализ прозрачности и общественного участия // Бюджетный процесс: анализ прозрачности и общественного участия. Сборник статей. –СПб.: «ИК «Синтез», –2003. –С–78–95.
3. Федорова А.Ю, Дорожкина Н.И, Турбина Н.М. Обеспечение открытости и прозрачности общественных финансов // Социально-экономические явления и процессы. –Тамбов., –2015г. –Т.10, –№ 1. –С. 90–95.

Даскалеску А.А.  
студент 5 курс

*специальность “Бухгалтерский учет, анализ и аудит”*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

**Аннотация.** В статье рассмотрены базовые проблемы развития внешнеэкономической деятельности Республики Крым, вопросы экспортных возможностей предприятий Крыма, влияния санкций на экспорт и доходную часть бюджета республики, привлечения иностранных инвестиций. Были проанализированы экспортно-импортные показатели Крыма за 2015-2017 гг. и определены основные негативные факторы, влияющие на интеграцию Республики Крым в мировую экономическую систему.

**Ключевые слова:** Республика Крым, санкции, импорт, экспорт, внешнеэкономическая деятельность, развитие региона, внешняя торговля.

*Dascalescu A.A.  
student magistracy  
group 61/1 “Accounting”  
academy of the humanities and pedagogics (branch)  
of V.I. Vernadsky Crimean Federal University  
Yalta, Crimea*

## **PROSPECTS FOR FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE REPUBLIC OF CRIMEA**

**Annotation.** The article deals with the basic problems of the development of the foreign economic activity of the Republic of Crimea, the issues of export opportunities of the enterprises of the Crimea, the impact of sanctions on exports and the revenue side of the republic's budget, and attracting foreign investments. Export-import indicators of the Crimea for 2015-2017 were analyzed. and identified the main negative factors that affect the integration of the Republic of Crimea into the world economic system.

**Key words:** Republic of Crimea, sanctions, import, export, foreign economic activity, development of the region, foreign trade.

Республика Крым – это уникальный и стратегически важный объект Российской Федерации в Азово-Черноморском регионе. Его многонациональный состав населения, культурное многообразие и неповторимое развитие территории имеет особое место в культурном пространстве страны. Крым выступает одним из крупнейших производителей продовольствия, в нём расположились основные судостроительные мощности Российской Федерации и он является одним из наибольших туристических и курортных центров России.

Но после того, как Крым вошел в состав Российской Федерации, комплекс внутренних проблем, в составе которых мировые экономические,



технологические и геополитические вызовы, а требуют от региона создания собственной стратегии экономического развития.

Введенные с 2014 года санкции в большей степени отразились на динамике внешнеэкономической деятельности и торговых отношений полуострова (см. Табл.1).

Так как в 2013 году экспорт за рубеж с полуострова составил 904,9 млн. долларов, а импорт – 1,044 млрд. долларов, то исходя из данных Крымской таможни, экспорт за рубеж из Республики Крым в 2016 году составил 47,7 млн. долларов, импорт – 67,0 млн. долларов.

Так, по данным Федеральной таможенной службы на ноябрь 2017года товарная структура внешней торговли Республики составила: по экспорту 27,3 млн. долларов, по импорту – на 45% больше экспорта – 60,4 млн. долларов.

Таблица 1  
Этапы введения санкций против Крыма

Этап	Дата	Страна	Санкции
I.	14.03.2014- 20.03.2014	Канада, США	- визовые, для высокопоставленных представителей России и Крыма;
II.	21.03.2014-	ЕС, США, Норвегия	- визовые;
	11.04.2017		- пакет санкций против крымских компаний (заморозка активов двух компаний из Севастополя и Крыма — «Феодосия» и «Черноморнефтегаз»);
III.	20.12.2014	ЕС, США, Канада, Швейцария	- незаконны все инвестиции в Крым и Севастополь; -под запретом весь экспорт услуг, технологий и товаров;
	31.03.2015	ЕС, США	- запрет на импорт или экспорт оружия, товаров и технологий, которые могут применяться на транспорте, в телекоммуникациях, энергетике, для разработки и добычи нефти, газа и минеральных ресурсов;
	22.12.2015		- к винодельческим компаниям из Крыма и Ялтинской киностудии
	16.02.2015		- распространение <i>санкций на все инвестиции, сферу услуг и торговлю с Крымом и Севастополем</i>

Рассматривая динамику торговли за январь-ноябрь 2015-2017 гг. демонстрируются не оптимистичные результаты. Крым наторговал на \$27,3 млн., что больше чем за тот же период 2016 года на 40% (Рис. 1). Повышение динамики в 2016 году, отчасти поспособствовало небольшое укрепление рубля и восстановление цен на сырьевые товары. Но, тем не менее, объемы торговли пока по-прежнему остаются низкими: зарубежные компании боятся заключать долгосрочные контракты, а действующие ограничения в банковской сфере не дают им полноценно работать с полуостровом напрямую.

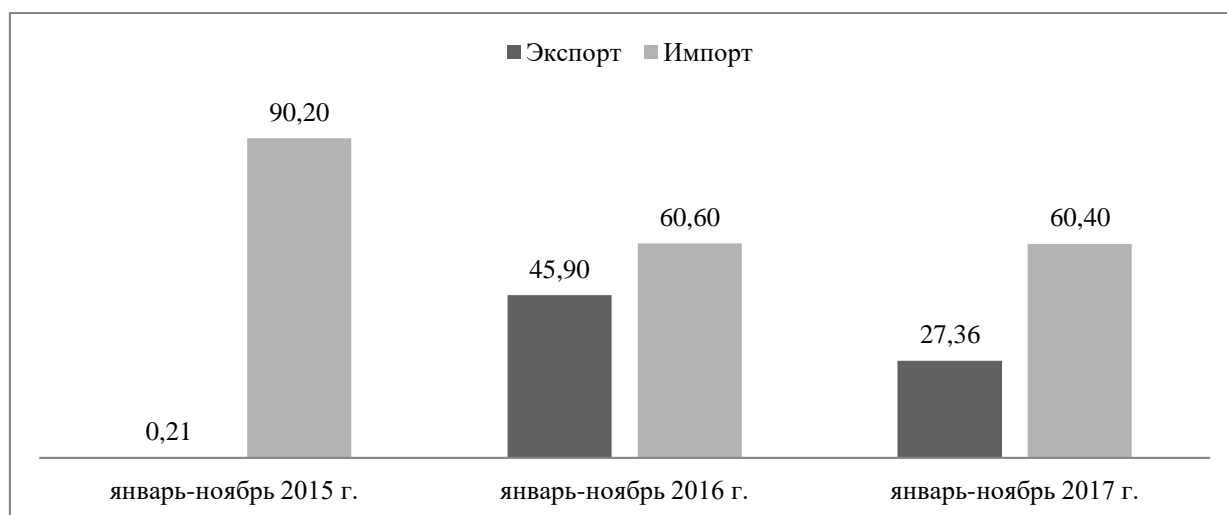


Рис. 1. Динамика экспорта и импорта Республики Крым за 2015-2017 гг.

С каждым годом Крым все больше теряет своих торговых партнеров. Если в 2014 году полуостров торговал со 121 страной, то в 2016 году их осталось 57. Основным закупщиком в 2016 году был Китай, он закупил треть всех экспортируемых товаров из Крыма – около 17,8 млн долларов. На втором месте оказалась Украина – основная статья закупок которой выступает мясо и пищевые мясные субпродукты. Что касается импорта – Крым в большей степени закупает белорусские продукты. За 2016 год поставщики продали товар полуострову на 12,5 млн. долларов.

Таким образом, можно сделать следующие выводы: Крым является одной из наиболее ярких тем для обсуждений и сложившаяся ситуация в республике требует скорейшего разрешения, ведь основная проблема заключается в зависимости региона от товаров, которыми, по тем или иным причинам, Российская Федерация обеспечить не может. В данных условиях тема развития внешнеэкономической деятельности и связанных с ней политических вопросов является более чем актуальной.

Перспективы развития внешней торговли вообще зависят от социально-экономического развития регионов, и на практике Республика Крым может стать востребованной инвестиционной зоной. Однако на фоне ресурсных и географических преимуществ, существуют и определенные недостатки, которые выталкивают полуостров с пути привлечения инвестиционных вложений, а именно:

- слабые внешнеэкономические связи и введенные санкции;
- неразвитая инфраструктура;
- острая зависимость от некоторых источников продовольствия;
- недостаточное автомобильное и железнодорожное сообщение с материковой частью РФ.

Поэтому на данном этапе, основой перспективы развития региона является степень обильных государственных вложений. Сейчас государство вкладывает в Крым значительные суммы из бюджета, кроме того,

полуостров имеет большое количество собственных природных ресурсов, что так же хорошо сказывается на инвестиционном климате. Государство и правительство ожидает больших результатов от проводимой в настоящее время и в дальнейшем планирующейся работы, соответственно, можно предположить, что рынок Крыма ждут большие перспективы/

**Использованные источники:**

1. Федеральная таможенная служба Крымская Таможня. Таможенная статистика внешней торговли. URL [Электронный ресурс]: [http://crimea.customs.ru/index.php?option=com\\_content&view=section&id=6&Itemid=9](http://crimea.customs.ru/index.php?option=com_content&view=section&id=6&Itemid=9)

2. Стратегия социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года. URL [Электронный ресурс]: <http://minek.rk.gov.ru/rus/info.php?id=609404>

3. Крымская служба новостей: Новости Крыма, «Крымский экспорт сократился за год на 40 процентов», февраль 2017. URL [Электронный ресурс]: <http://news.allcrimea.net/news/2017/2/17/krymskii-eksport-sokratilsya-za-god-na-40-protsentov-75688/>

*Кавун Д.А.  
студент  
институт экономики и менеджмента  
Сибирский государственный индустриальный университет  
Россия, г. Новокузнецк  
Мысливцева К.А.  
студент  
институт экономики и менеджмента  
Сибирский государственный индустриальный университет  
Россия, г. Новокузнецк*

### **АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ЗАТРАТ**

*Для того, чтобы успешно продать продукт или услугу на рынке необходимо прибегнуть к маркетинговым затратам, которые в итоге положительно отразятся на доходах компании. В данной статье представлены виды затрат на маркетинговую деятельность организации. Рассмотрены методы оценки формирования бюджета маркетинга.*

**Ключевые слова:** *эффективность маркетинга, методы эффективности, показатели эффективности, маркетинговые затраты, бюджет маркетинга*

*Kavun D.A.  
student  
Institute of Economics and Management  
Siberian State Industrial University  
Russia, Novokuznetsk  
Myslivtseva K.A.  
student  
Institute of Economics and Management  
Siberian State Industrial University  
Russia, Novokuznetsk*

### **ANALYSIS OF EFFICIENCY OF MARKETING COSTS**

*In order to successfully sell a product or service on the market, it is necessary to resort to marketing costs, which in the end will have a positive effect on the company's revenues. In this article, the types of costs for the marketing activities of the organization are presented. Methods for estimating the formation of the marketing budget are considered.*

**Keywords:** *marketing efficiency, efficiency methods, performance indicators, marketing costs, marketing budget*

Маркетинговые затраты – это затраты, непосредственно направленные на взаимодействие с клиентом и создание клиентской ценности. Они делятся на постоянные и переменные (рисунок 1).

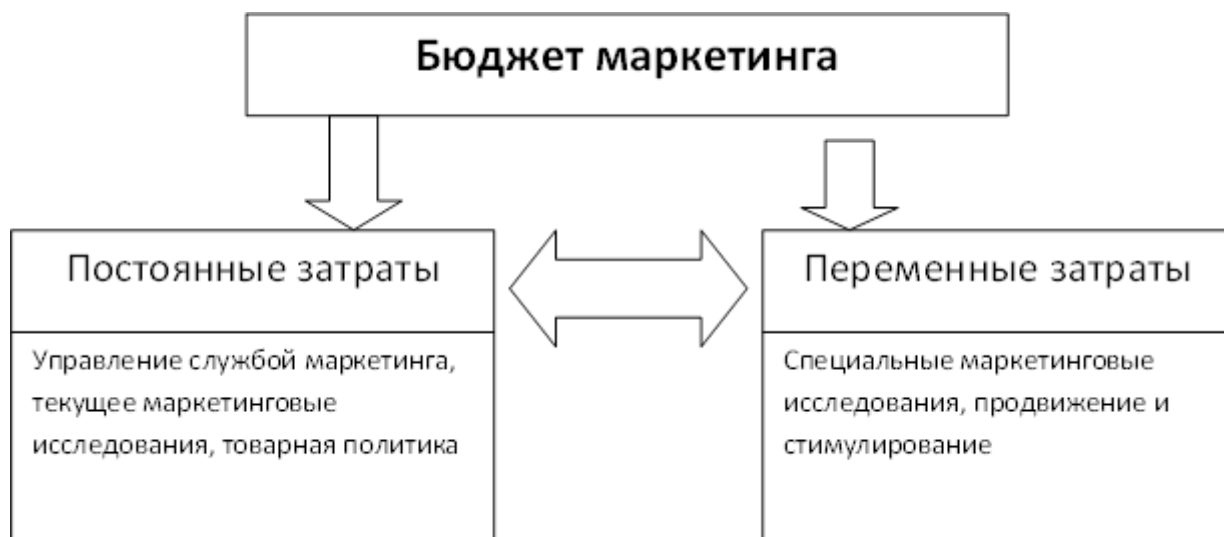


Рисунок 1 – Структура маркетинговых затрат

Постоянные затраты – это затраты, которые нужны для постоянного поддержания функционирования маркетинговой системы на предприятии. Они включают в себя затраты на финансирование работ. Их цель - совершенствование товарного ассортимента, содержание персонала службы маркетинга, систематическое проведение маркетинговых исследований;

Переменные – затраты, которые связаны с изменениями рыночной ситуации и рыночной конъюнктуры, а также принятием новых стратегических и тактических решений. Службой маркетинга составляются сметы расходов на разработку новых товаров, на распределение товаров, на продвижение товарного ассортимента компании и т.п. [1].

При расчете маркетингового бюджета используют методики: «снизу-вверх»: бюджет разрабатывается рядовым руководителем, после чего утверждается руководителем более высокого уровня; «снизу-вверх/сверху вниз»: предложения рядовых руководителей перед утверждением проверяются и исправляются руководителями высшего звена; «сверху вниз/снизу-вверх»: нормативные ограничения бюджета вводит высшее руководство, после чего постатейные бюджеты передаются администраторам [2].

Методы формирования бюджета маркетинга приведены на рисунке 2.

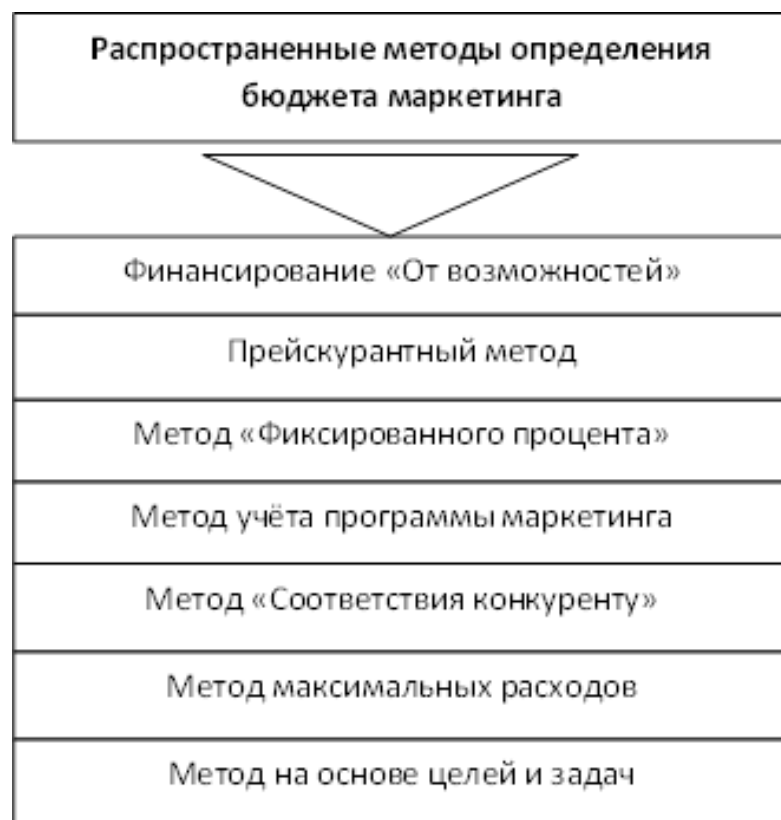


Рисунок 2 – Методы формирования бюджета маркетинга

Финансирование «От возможностей». Подход используется в компаниях, которые делают акцент на производстве, а не на продажах и маркетинге. Бюджет маркетинга довольно мал – в него входит то, что осталось после удовлетворения производственных нужд. Плюс метода в том, что в компании не возникает противоречий с распределением средств на маркетинг и производственные запросы, из-за приоритетности последних по умолчанию. К недостаткам стоит отнести хаотичное выделение разных сумм на маркетинговую сферу, что не позволяет заниматься планированием на длительные временные промежутки. В таком случае не остается средств на анализ эффективности проведенных маркетинговых мероприятий.

Прейскурантный метод предполагает разработку бюджета маркетинга на основании сведений об ожидаемых объемах продаж, суммированных затратах и нормативах целевой прибыли. Ф. Котлер назвал данный метод «планированием на основании целевой прибыли», однако по факту здесь также действует остаточный принцип финансирования. Маркетинговый бюджет выглядит как разница между валовой и целевой прибылью.

3. Метод «Фиксированного процента» - этот метод базируется на отчислении некоторой части от прошлого (в лучшем случае — от ожидаемого) объема продаж. Метод совсем несложен в применении. Однако специалисты называют этот метод алогичным, поскольку он устанавливает зависимость маркетинга (причины) от объема сбыта (следствия). Положительная динамика при использовании такого метода возможна только при условии, что маркетинговое развитие на предыдущих этапах

было успешным. В противном случае размер маркетингового бюджета будет сокращаться, и компания пойдет в тупик. Обычно данный метод применяют как вспомогательный. Минус метода - он не позволяет произвести кардинальные перемены в работе компании и является довольно субъективным, поскольку размер процента определяется решением руководства без должной аргументации [2].

4. Метод учёта программы маркетинга - этот метод основан на двух уже известных – «цель - задание» и методе «маржинального дохода». Можно сказать, что метод учета программы маркетинга сродни функционально-стоимостному исследованию, направлен на реализацию определенных целей и задач в сопоставлении с расходами в условиях существования иных вариантов сочетания маркетинговых инструментов (других видов маркетинговой политики) [2].

5. Метод «Соответствия конкуренту» - фирма пытается подражать конкуренту, но отсутствуют гарантии, что избранный фирмой для подражания конкурент поступает достаточно целенаправленно и мудро, правильно формируя свой бюджет. Применение данного метода возможно только при соблюдении ряда специфических условий: необходимо наличие конкурирующей организации, похожей на вашу по задействованным ресурсам, сфере интересов и положению на рынке; требуется хотя бы примерно вычислить величину его маркетингового бюджета с учетом разбивки на отдельные статьи расходов, что проблематично. Для получения объективных данных о расходах конкурента необходимо иметь собственную экономическую разведку. Стоит помнить, что зависимость между расходами и итогами не является линейной, а конкурент может иметь большой опыт работы на рынке и уже достичь поставленных целей. Также нельзя быть до конца уверенным в том, что конкурирующая фирма избрала оптимальную стратегию развития и работает на реализацию тех целей, которые мы ей приписали. Основной минус метода - наступление момента, когда подражание станет невозможным, а в некоторых случаях даже убыточным для собственного развития [2].

6. Метод максимальных расходов – согласно этому методу, на маркетинг необходимо расходовать максимальное количество средств. Однако при очевидных плюсах данный метод исключает способы оптимизации работы компании. Также известны случаи, когда из-за временного лага между расходованием средств и достижением целей у компании возникали серьезные денежные проблемы, в результате чего она теряла свои маркетинговые позиции [2].

7. Метод на основе целей и задач – осуществляется на принципе четкой постановки целей и задач предприятия. Применение этого метода требует, чтобы каждое маркетинговое мероприятие было направлено на решение конкретных целей деятельности и соответствовало запланированным бонусам на пути к поставленным задачам. Для того, чтобы использование метода не вызывало проблем, цели компании четко

разграничиваются, делятся по временным отрезкам и уровням достижимости, которые включают в себя разветвления рынка. Также при реализации метода применяется весь набор инструментов маркетинга. Метод «цель-задание» наилучшим образом подходит для краткосрочного планирования. Если использовать его для планирования на отдаленные по времени интервалы, то он легко превращается в метод финансирования «от возможностей» [2].

Для того чтобы компания обрела успех, необходимы как внутренние, так и внешние показатели эффективности. Они помогают менеджерам понимать, регулировать, контролировать эффективность рынка и управлять им при помощи маркетинговых стратегий. Так, например, внутренние показатели важны для контроля себестоимости продукции, производительности работников, расходов, оборачиваемости активов, фондоотдачи и общего расчета рентабельности. Внешние показатели помогают обеспечить внешнюю оценку эффективности данного бизнеса, а также его привлекательность со стороны потребителей, оценить внешние рыночные условия, конкурентоспособность [3].

Выделим несколько областей затрат, которые отличаются по своей природе:

1) стратегические затраты – которые связаны с развитием продуктового портфеля организации (исследования, разработка новых товаров и т.д.);

2) затраты, которые направлены на продвижение «торговой марки»;

3) затраты, которые связаны с повышением эффективности деятельности (использование новых информационных систем, проекты по реинжинирингу и т.д.) и осуществлении проектов по оптимизации продуктового предложения, которые связаны с повышением привлекательности товаров для потребителя;

4) затраты, связанные с повышением эффективности и компетенций персонала (тренинги, обучение на рабочем месте, затраты на самообразование и т.п.);

5) затраты, которые связаны с продвижением товаров, которые развиваются и потенциальных. Эти затраты необходимы с организацией и проведением кампаний по продвижению, продаж и поддержке инновационных продуктов. К затратам относятся все мероприятия рекламного характера, мероприятия по стимулированию сбыта (подарки, скидки и т.п.);

б) затраты, которые связаны с продвижением стабильных товаров и услуг [4].

Все расходы, которые связаны с продвижением и рекламой товара и бренда, являются маркетинговыми. В бюджет по маркетингу включают расходы на следующие мероприятия и виды деятельности [5]: промоакции (презентации, семинары, конференции и т. д.); работу с агентами; прямые



продажи; маркетинговые исследования; рекламу и PR; обеспечение средств поддержки продаж (сайт, буклеты, сувенирная продукция и т. д.).

Всё вышеперечисленное нужно для того, чтобы было легче продать товар или услугу. В результате, маркетинговые затраты – это средство, с помощью которого можно увеличить объём продаж и повысить рентабельность компании.

Из-за кризиса большинство организаций в РФ сокращают маркетинговые расходы. «Сбербанк», «Банк Москвы», «Газпромбанк», «Райффайзенбанк», «Уралсиб» предпочли снизить затраты на рекламу. В результате это заметно отразилось на доходах компаний. Стоит отметить, что реклама помогает привлечь новых покупателей, потребителей, клиентов. Для успешного продвижения своих продуктов и услуг, не стоит отказываться от столь важного направления в маркетинговых коммуникациях.

Российский бизнес работает в условиях кризиса, выход из которого ожидается примерно в 2025–2030 годах. Маркетинг в условиях кризиса приостанавливать не стоит, однако нужно его совершенствовать. Сегодня в мире образовалась не просто конкуренция, а гиперконкуренция. Дело в том, что размеры рынков остались прежними, при этом количество компаний выросло, а потребление в развитых странах, напротив, снизилось. Люди уже купили все, что хотели, и сегодня продать им какой-либо товар можно лишь на замену (отсюда популярность всевозможных программ trade-in). Поэтому именно через маркетинг можно заинтересовать людей в том или ином товаре или услуге. Это говорит о важности маркетинговых затрат в современном бизнесе.

Очередного подъема можно ждать лишь лет через 10–15 – он будет связан с переходом к использованию так называемых NBIC-технологий (нанотехнологии, биотехнологии, информационные технологии и когнитивистика), которые придут на смену IT-технологиям. До этого времени экономику, в том числе и глобальную, ждет спад, стагнация и рецессия (таковы итоги исследования «Новый мировой порядок: когда спрос побеждает предложение», проведенного аналитиками банка Societe Generale). На данный момент по новым технологиям работает экономика США, Японии; отстают, но двигаются в том же направлении Великобритания и Германия.

Таким образом, эффективная стратегия – это сохранение рекламно-маркетингового бюджета как процента от продаж. Инвестиции в рекламу – это инвестиции в продажи и в новых клиентов. Если во время кризиса сокращается бизнес, то «выключение» функции маркетинга будет означать только одно – ускорение падения [2].

Концерн Toyota собирается в ближайшие три года потратить почти 500 000 000 евро на продвижение в Европе автомобилей марки Lexus. За счет агрессивного маркетинга японцы надеются через несколько лет продавать

увеличить объемы продаж в пять раз. Затраты на маркетинг тоже вырастут в пять раз, на 150–170 млн. евро в год [4].

Исходя из вышесказанного, можно выделить следующие факторы, оказывающие влияние на величину маркетинговых затрат:

- радикальность инновации – инновации, которые могут в значительной степени изменить технологии производства, но требуют инвестиций;

- фактор времени – это прогноз затрат, который зависит от долгосрочности проекта;

- степень использования имеющихся ресурсов предприятия, интеллектуальных наработок и опыта, уровень стандартизации и унификации решений, закладываемых в проект. Чем выше повторяемость проведения тех или иных работ, тем ниже удельные затраты на каждое последующее действие;

- уровень цен, ставок, тарифов, используемых в конкретной инновационной деятельности;

- фактор масштабности решаемых задач – инновации могут требовать создание новых производств, предприятий и т.п. По мере роста масштабности, затраты возрастают;

- фактор управления затратами – этот фактор зависит от наличия технически и экономически обусловленных норм расхода ресурсов, умения планировать, прогнозировать и контролировать затраты.

Таким образом, маркетинговые затраты необходимы для того, чтобы лучше взаимодействовать с клиентами, привлекать новых потенциальных клиентов, осведомлять потребителей продукции о том или ином товаре. В будущем данные затраты могут принести значительный доход компании. Иначе говоря, это выгодное инвестиционное вложение для предприятия.

#### **Использованные источники:**

1.Нифонтов А.И., Черникова О.П. Управление логистическими издержками угледобывающих предприятий // Научные исследования в области разработки и использования минеральных ресурсов. 2016. № 3. С. 224-227.

2.Коммерческий директор/Методы определения бюджета– [Электронный ресурс]. Точка доступа: <https://www.kom-dir.ru/article/2099-byudjet-marketinga>

3.Нифонтов А.И., Черникова О.П. Гармонизация бизнес-процессов угледобывающего предприятия // Научные исследования в области разработки и использования минеральных ресурсов. 2016. № 3. С. 218-224.

4.Консалтинг. Услуги Хорошего качества. – [Электронный ресурс]. Точка доступа: <http://www.sggconsulting.ru/skolko-stoit-marketing.htm>

5.Хусаинова Я.Р., Тюфякова О.П. Организация работы отдела маркетинга на предприятиях угольной промышленности // Научные исследования в области разработки и использования минеральных ресурсов. Материалы Международной научно-практической конференции. 2005. С. 197-199.

6.VK.RU – [Электронный ресурс]. Точка доступа: <https://vc.ru/11546-advertisingbudget>

*Каранда А.В.  
студент 2 курс  
направление «Государственное и муниципальное управление»  
Филиал МГУ им. М.В. Ломоносова в г. Севастополе  
Karanda A.V.  
student of the second year  
of the course "State and Municipal Management"  
Branch of Moscow State University. M.V. Lomonosov  
Sevastopol*

**МУНИЦИПАЛЬНЫЕ РАЙОНЫ КАК ОРГАНЫ ОБЩЕЙ  
КОМПЕТЕНЦИИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ  
MUNICIPAL AREAS AS BODIES OF GENERAL COMPETENCE OF  
LOCAL SELF-GOVERNMENT**

**Аннотация:** в данной статье рассмотрены основные типы муниципальных образований (сельское поселение, городское поселение, муниципальный район, городской округ, внутригородское муниципальное образование), выделены их особенности. Также большое внимание уделено описанию особенностей организации местного самоуправления в Республике Крым и городе федерального значения Севастополь. Также в статье большое внимание уделено статистическим данным (приведено количество различных типов муниципальных образований в РФ, Республике Крым, городе федерального значения Севастополь). Следует отметить, что в статье приведена схема, отражающая классификацию муниципальных образований согласно Федеральному закону №131-ФЗ от 06.10.2003 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». В статье описан перечень полномочий, которые отнесены к вопросам местного значения муниципального района согласно Федеральному закону №131-ФЗ от 06.10.2003 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». В конце статьи подчеркнута проблема местного самоуправления ввиду существенной ограниченности их полномочий. Особенно острой эта проблема является для местного самоуправления муниципальных округов города федерального значения Севастополь, полномочия которых ограничиваются сферой культуры, спорта, работой с молодёжью, борьбой с терроризмом и формированием и исполнением бюджета.

**Annotation:** In this article, the main types of municipalities (rural settlement, urban settlement, municipal district, city district, city municipal formation) are considered, their features are highlighted. Also much attention is paid to the description of the peculiarities of the organization of local self-government in the Republic of Crimea and the city of federal significance Sevastopol. Also in the article the big attention is given to statistical data (the quantity of various types of municipal unions in the Russian Federation, Republic Crimea, a city of federal value of Sevastopol is resulted). It should be noted that

*the article provides a diagram reflecting the classification of municipalities in accordance with Federal Law No. 131-FZ of 06.10.2003 "On General Principles of Organization of Local Self-Government in the Russian Federation". The article describes the list of authorities that are assigned to issues of local importance in the municipal area in accordance with Federal Law No. 131-FZ of 06.10.2003 "On General Principles of Organization of Local Self-Government in the Russian Federation". At the end of the article, the problem of local self-government is underlined because of their limited powers. This problem is especially acute for the local self-government of the municipal districts of the city of federal significance Sevastopol, whose powers are limited to the sphere of culture, sport, work with youth, the fight against terrorism and the formation and execution of the budget.*

**Ключевые слова:** *местное самоуправление, муниципальный район, полномочия органов местного самоуправления, муниципальное образование, проблемы местного самоуправления.*

**Keywords:** *local self-government, municipal district, powers of local self-government bodies, municipal formation, problems of local self-government.*

Местное самоуправление в России (МСУ) — деятельность местных сообществ, осуществляемая непосредственно или через местные представительные органы, по вопросам местного значения.

Законодательно закреплено следующее определение муниципального образования: муниципальное образование - городское или сельское поселение, муниципальный район, городской округ, городской округ с внутригородским делением, внутригородской район либо внутригородская территория города федерального значения.

Муниципальный район представляет собой один из типов административно-территориальных единиц, которые могут включать в свой состав определённую территорию с проживающим на ней населением [1].

В Российской Федерации муниципальный район представляет собой один из видов муниципального образования, а также форма органов местного самоуправления. Муниципальный район может объединять в своём составе несколько городских, сельских поселений, а также межселенные территории, которые объединены общей территорией [2].

Федеральный закон от 06.10.2003 №131-ФЗ N 131-ФЗ (ред. от 30.10.2017) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» закрепляет правовые основы в сфере функционирования органов местного самоуправления. В частности, данный закон закрепляет перечень вопросов, которые отнесены к вопросам местного значения муниципального района.

Муниципальное образование представляет собой территорию, в пределах которой граждане реализуют свое конституционное право на местное самоуправление непосредственно и (или) через выборные органы местного самоуправления [3].

Как уже упоминалось ранее, выделяют 5 типов муниципальных образований, согласно Федеральному закону от 06.10.2003 №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»:

1. Сельское поселение.
2. Городское поселение.
3. Муниципальный район.
4. Городской округ.
5. Внутригородское муниципальное образование [2].

Далее будут более детально описаны данные виды муниципальных образований:

1. Сельское поселение

Согласно статье 2 Федеральному закону №131-ФЗ от 06.10.2003 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», сельскому поселению даётся следующая дефиниция: сельское поселение - один или несколько объединенных общей территорией сельских населенных пунктов), в которых местное самоуправление осуществляется населением непосредственно и (или) через выборные и иные органы местного самоуправления [2].

Согласно данным всероссийской переписи населения 2002 года, в Российской Федерации насчитывалось 155289 сельских населённых пунктов, однако, по данным всероссийской переписи населения 2010 года, насчитывалось 153125 сельских населённых пунктов, что ярко иллюстрирует процесс урбанизации [7,8].

Следует также подчеркнуть, что данный закон закрепляет основные виды сельских поселений в Российской Федерации. Он включает в себя:

1. Деревня — сельский населённый пункт с несколькими десятками домов. С начала XX века основным отличием деревни от села является наличие церкви [4].

2. Посёлок представляет собой небольшой населённый пункт, который расположен недалеко от города. Выделяют три типа посёлков: рабочие (на их территории расположены крупные промышленные, как правило, градообразующие предприятия), курортные (на их территории расположены курортные и лечебные учреждения), дачные. Интересно отметить, что население курортных и рабочих посёлков относится к городскому населению, а дачных – к сельскому [5].

3. Станица – это казачья административная единица, которая может включать в себя несколько хуторов. Станицы являются крупнейшими сельскими населёнными пунктами в современной Российской Федерации.

4. Хутор – это небольшой населённый пункт, который состоит из нескольких домохозяйств, которые распространены, как правило, в южных областях РФ,

5. Аул – это традиционное сельское поселение, которое распространено среди тюркских народов, народов Средней Азии и Кавказа.

6. Кишлак – сельский населённый пункт, распространённый на территориях Азербайджана и Средней Азии.

Следует отметить, что на территории в Республики Крым насчитывается 250 сельских поселений [6].

На территории города федерального значения Севастополь находится 38 сельских поселений, а также 2 посёлка: Кача и Сахарная Головка.

## 2. Городское поселение

Федеральный закон №131-ФЗ от 06.10.2003 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» даёт следующее определение городскому поселению: городское поселение - город или посёлок, в которых местное самоуправление осуществляется населением непосредственно и (или) через выборные и иные органы местного самоуправления.

Согласно данным всероссийской переписи населения 2002 года насчитывалось 1098 городов, однако согласно аналогичной переписи только уже 2010 года насчитывалось уже 1100 городов [7,8].

В Республике Крым насчитывается 4 городских поселений: городское поселение Бахчисарай, городское поселение Белогорск, городское поселение Старый Крым, городское поселение Щёлкино [6].

На территории города федерального значения Севастополя находится 1 городское поселение: город Инкерман.

## 3. Городской округ

Федеральный закон №131-ФЗ от 06.10.2003 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» даёт следующее определение городскому поселению: городской округ - один или несколько объединённых общей территорией населённых пунктов, не являющихся муниципальными образованиями, в которых местное самоуправление осуществляется населением непосредственно и (или) через выборные и иные органы местного самоуправления, которые могут осуществлять отдельные государственные полномочия, передаваемые органам местного самоуправления федеральными законами и законами субъектов Российской Федерации.

Согласно данным Росстата, на 1 января 2014 года в Российской Федерации насчитывается 520 городских округов [9].

В Республике Крым насчитывается 11 городских округов: городской округ Алушта, городской округ Армянск, городской округ Джанкой, городской округ Евпатория, городской округ Керчь, городской округ Красноперкопск, городской округ Саки, городской округ Симферополь, городской округ Судак, городской округ Феодосия, городской округ Ялта [6].

## 4. Внутригородское муниципальное образование

Согласно Федеральному закону №131-ФЗ от 06.10.2003 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», можно дать следующее определение такому термину, как

«внутригородское муниципальное образование». Внутригородская территория (внутригородское муниципальное образование) города федерального значения - часть территории города федерального значения, в границах которой местное самоуправление осуществляется населением непосредственно и (или) через выборные и иные органы местного самоуправления [2].

Данный тип муниципального образования характерен лишь для городов федерального значения, так как в 2006 году внутригородские муниципальные образования прекратили своё существование в других городах Российской Федерации. Москва включает в свой состав 146 внутригородских муниципальных образований, который включают в свой состав 125 муниципальных округов, 2 городских округа и 19 поселений. Город федерального значения Санкт-Петербург насчитывается 111 внутригородских муниципальных образований, которые включают в себя 81 муниципальный округ, 9 городов, 21 посёлок. Город федерального значения Севастополь состоит из 10 внутригородских муниципальных образований: Андреевский муниципальный округ, Балаклавский муниципальный округ, Верхнесадовый муниципальный округ, Гагаринский муниципальный округ, город Инкерман, Качинский муниципальный округ, Ленинский муниципальный район, Нахимовский муниципальный округ, Орлиновский муниципальный округ, Терновский муниципальный округ.

#### 5. Муниципальный район

Дадим законодательно закреплённое определение такому понятию как "муниципальный район". Муниципальный район - несколько поселений или поселений и межселенных территорий, объединённых общей территорией, в границах которой местное самоуправление осуществляется в целях решения вопросов местного значения межпоселенческого характера населением непосредственно и (или) через выборные и иные органы местного самоуправления, которые могут осуществлять отдельные государственные полномочия, передаваемые органам местного самоуправления федеральными законами и законами субъектов Российской Федерации.

Данное определение взято из статьи Федерального закона от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 30.10.2017) "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации".

Следует также обозначить дефиницию такого термина, как "межселенные территории". Согласно Федеральному закону от 06.10.2003 N 131 - ФЗ (ред. от 30.10.2017) "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", межселенная территория - территория, находящаяся вне границ поселений [2].

Количество муниципальных районов в Российской Федерации постоянно, из года в год, изменяется в связи с упразднениями отдельных муниципальных районов. В данной таблице (таб.1) представлено количество муниципальных районов в РФ с 2010 по 2014 год.:

Таблица 1. Количество муниципальных районов в РФ 2010-2014 гг.

Год	Количество муниципальных районов
2010	1829
2011	1824
2012	1821
2013	1817
2014	1815

Данные были взяты из официального сайта Росстата [9].

Обобщённо можно привести следующую схему (рис.1), которая будет отражать классификацию муниципальных образований:



Рисунок 1. Классификация муниципальных образований

Статья 2 Федерального закона №131-ФЗ от 06.10.2003 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» закрепляет дефиницию термина «вопросы местного значения». Вопросы местного значения - вопросы непосредственного обеспечения жизнедеятельности населения муниципального образования, решение которых в соответствии с Конституцией Российской Федерации и настоящим Федеральным законом осуществляется населением и (или) органами местного самоуправления самостоятельно.



Статья 15 Федерального закона №131-ФЗ от 06.10.2003 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» закрепляет перечень полномочий, которые отнесены к вопросам местного значения муниципального района:

1) составление и рассмотрение проекта, утверждение и исполнение бюджета муниципального района, осуществление контроля за исполнением, составление отчета об исполнении бюджета муниципального района;

2) установление, изменение и отмена местных налогов и сборов конкретного муниципального района;

3) владение, пользование и распоряжение имуществом, которое находится в муниципальной собственности муниципального района;

4) организация электро- и газоснабжения поселений в пределах полномочий, которые закреплены в законодательстве Российской Федерации;

5) реализация муниципального контроля за сохранением состояния автомобильных дорог местного значения в границах муниципального района, и обеспечение безопасности дорожного движения на них;

6) предоставление транспортных услуг населению муниципального района, а также организация транспортного обслуживания населения между поселениями в границах муниципального района;

7) профилактика терроризма и экстремизма, а также в минимизация и (или) ликвидации последствий проявлений терроризма и экстремизма на территории муниципального района;

8) предупреждение и ликвидация последствий чрезвычайных ситуаций;

9) осуществление охраны общественного порядка на территории муниципального района правоохранительными органами;

10) организация мероприятий по охране окружающей среды;

11) организация предоставления общедоступного дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования по основным общеобразовательным программам в муниципальных образовательных организациях, предоставление дополнительного образования детей, реализация мер по организации отдыха детей в время летних каникул;

12) создание условий для оказания бесплатной медицинской помощи населению на территории муниципального района;

13) участие в организации деятельности по сбору, перевозке, обезвреживанию, захоронению твердых коммунальных отходов;

15) принятие схем территориального планирования территории муниципального района;

16) содержание на территории муниципального района кладбищ;

17) снабжение населения муниципального района услугами связи, общественного питания, торговли и бытового обслуживания;

18) создание условий по организации досуга, развитию традиционного народного творчества, сохранению и популяризации объектов культурного и природного наследия, которые расположены на территории данного муниципального образования;

19) выравнивание бюджетной обеспеченности поселений за счет средств бюджета муниципального района;

20) создание условий для развития сельского хозяйства;

21) реализация различных мероприятий, направленных на противодействие коррупции в границах муниципального района.

Статья 15.1 Федерального закона №131-ФЗ от 06.10.2003 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» законодательно закрепляет перечень прав органов местного самоуправления муниципального района на решение вопросов, которые не отнесены к вопросам местного значения муниципальных районов. Основные права, включённые в данный перечень:

1) создание музеев;

2) реализация деятельности в сфере опеки и попечительства;

3) создание условий для развития туризма;

4) реализация мероприятий, закреплённых Федеральным законом "О донорстве крови и ее компонентов";

5) организация условий для организации проведения независимой оценки качества оказания услуг организациями в порядке и на условиях, которые установлены федеральными законами;

б) осуществление мероприятий в сфере профилактики правонарушений, предусмотренных Федеральным законом "Об основах системы профилактики правонарушений в Российской Федерации" [2].

В Республике Крым нормативно-правовым актом, регулирующим деятельность органов местного самоуправления является Закон Республики Крым от 08.08.2014 № 54 - ЗРК «Об основах местного самоуправления в Республике Крым» [6]. В целом данный закон дублирует положения, закреплённые в Федеральном законе №131-ФЗ от 06.10.2003 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

Таким образом, органы местного самоуправления муниципальных районов Российской Федерации наделены небольшим количеством полномочий, которые связаны, в основном, с такими сферами, как медицина, культура, образование и коммунальные службы. По мнению большинства учёных, органы местного самоуправления должны обладать большим количеством полномочий, в частности, иметь свои рычаги давления на высшие уровни государственной власти, особенно ярко это выражены в Севастополе.

Таким образом, местное самоуправление является одним из ключевых атрибутов в любом демократическом государстве, поэтому его функционирование крайне важно для любого современного государства.

Местное самоуправление может осуществляться непосредственно или через местные представительные органы.

Основным законом, регулирующем местное самоуправление в РФ на федеральном уровне является Федеральный закон №131-ФЗ от 06.10.2003 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». На региональном уровне законами, которые устанавливают основные принципы функционирования органов местного самоуправления являются Закон Республики Крым от 08.08.2014 № 54 - ЗРК «Об основах местного самоуправления в Республике Крым» и Закон города Севастополя от 30 декабря 2014 № 102-ЗС "О местном самоуправлении в городе Севастополе".

Выделяют 5 основных типов муниципальных образований:

1. Сельское поселение.
2. Городское поселение.
3. Муниципальный район.
4. Городской округ.
5. Внутригородское муниципальное образование.

Статья 15 Федерального закона №131-ФЗ от 06.10.2003 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» закрепляет перечень вопросов местного значения муниципального района.

Следует также подчеркнуть тот факт, что большинство учёных считают, что органы местного самоуправления недостаточно эффективно функционируют ввиду ряда причин, поэтому институт местного самоуправления нуждается в реформировании.

#### **Использованные источники:**

1. Большая советская энциклопедия : в 30 т. / гл. ред. А. М. Прохоров. — 3-е изд. — М. : Сов. энцикл., 1969–1978.
2. Всё для студента юриста [Электронный ресурс]. URL: <http://allstatepravo.ru/index.php>
3. Данные всероссийской переписи населения за 2002 г.
4. Данные всероссийской переписи населения за 2010 г.
5. Закон Республики Крым от 08.08.2014 № 54 - ЗРК «Об основах местного самоуправления в Республике Крым»
6. Л. П. Кураков, В. Л. Кураков, А. Л. Кураков. Муниципальный округ // Экономика и право: словарь-справочник. — М.: Вуз и школа, 2004.
7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/>
8. Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 30.10.2017) "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации"
9. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона : в 86 т. (82 т. и 4 доп.). — СПб., 1890—1907.

*Конов В. А.  
студент  
Щелоков В. Е.  
студент  
Кузьмина Г.Ю.  
студент*

*ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет»  
Россия, г. Красноярск*

### **ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: ТЕНДЕНЦИЯ К РАЗВИТИЮ ИЛИ УГРОЗА БЕЗРАБОТИЦЫ?**

**Аннотация:** *В данной статье описаны основные аспекты развития программы Цифровой экономики в России, а также влияние ее на рынок труда. Поскольку с применением роботизации в экономике, человеческий труд постепенно начинает терять свою ценность.*

**Ключевые слова:** *цифровая экономика, инновации, безработица, роботизация, автоматизация*

*Konov V. A.  
student  
Schelokov V. E.  
student  
Kuz'mina G. Y.  
student*

*FGAOU VPO "Siberian Federal University»  
Russia, Krasnoyarsk*

### **THE DIGITAL ECONOMY: DEVELOPMENT TRENDS AND THE THREAT OF UNEMPLOYMENT?**

**Abstract:** *this article describes the main aspects of the development of Digital economy in Russia and its influence on the labor market. As with the use of robotics in the economy, human labor is losing its value.*

**Key words:** *digital economy, innovation, unemployment, robotics, automation*

Цифровой экономикой можно назвать систему социально-экономических отношений, которые базируются на применении цифровых, а также информационно-коммуникационных технологий, систем и устройств. Однако, если сравнивать положение России в цифровой экономике по показателям, применяемых в странах-лидерах, то она пока что находится в стороне. На данный момент доля цифровой экономики в ВВП России составляет 3,9%, что примерно в 2-3 раза ниже, чем у стран-лидеров. Доля государственных расходов и частных инвестиций в структуре ВВП также ниже, чем в странах-лидерах, а объем экспорта цифровых технологий в четыре раза меньше импорта [1]. Такие данные, уже говорят о том, что у России есть шанс остаться в стороне технического и экономического прогресса.

Основной смысл цифровой экономики, направлен на использование автоматизированных оборудования, систем и приборов с применением вычислительно-управляющих блоков, а также устройств, которые способны функционировать без участия человека. Если же данные устройства оснастить необходимым механизмом, то они превращаются в роботов, полностью заменяющих труд человека, или же ряд его функций и действий. Данный результат принято сопоставлять не только с автоматизацией уже существующих процессов, но и с применением принципиально новых и прорывных бизнес-моделей и технологий. Сюда, можно отнести цифровые платформы, цифровые экосистемы, блокчейн, а также технологии Индустрии 4.0, такие как 3D-печать, роботизация и др. [2]

Индустрией 4.0 или четвертой промышленной революцией называют массовое внедрение киберфизических систем в производство, и в сферы обслуживания человеческих потребностей, включая досуг, быт, труд. Такие изменения, способны существенно влиять на различные аспекты жизнедеятельности: рынок труда, политические системы, технологический уклад, человеческую идентичность и др. Не смотря на возможные улучшения качества жизни, создание более устойчивой экономики, Индустрия 4.0 так же может повлечь за собой риски привлечения нестабильности, и возможно, коллапса мировой системы. Исходя из этого, возможность данной революции будет восприниматься как вызов, на который человечеству необходимо дать ответ соответствующим образом.

В России 5 июля 2017 года Советом при президенте по стратегическому развитию и приоритетным проектам была одобрена и принята государственная программа «Цифровая экономика». Основной смысл данной программы заключается в ежегодной подготовке необходимых специалистов по всестороннему развитию (около 1 млн человек). На обеспечение данной программы государством будет выделяться 5 млрд. руб. ежегодно. Разработчики данной программы, утверждают, что с применением данной программы произойдет повышение уровня качества в таких отраслях, как транспорт, ЖКХ, торговля, а также здравоохранение и образование, где применение искусственного интеллекта должно способствовать прорывным изменениям [1].

С введением таких изменений, возникают усовершенствованные виды деятельности, где с приходом инноваций рабочая сила становится не нужной частично, а в некоторых случаях совсем. Количество таких рабочих начинает расти, тем самым увеличивая показатель безработицы в стране. В данном случае можно привести пример с вождением автомобиля, где у водителя появляется автопилот-робот, который сам управляет автомобилем, и водитель-человек в данном виде деятельности больше не играет никакой роли. Вполне возможно, что с таким развитием инноваций появится запрет на вождение автотранспортных средств с человеком, в силу повышенной опасности и аварийности на дорогах. Таким образом, процесс замены человеческого труда, искусственным интеллектом можно вполне назвать

роботизацией экономики. По нашему мнению, основным следствием роботизации в экономике является массовое высвобождение человеческого труда и лишение человека возможности частично или полностью участвовать в какой-либо трудовой деятельности.

Так, например, Германии чтобы удерживать лидирующие позиции на мировом рынке, ей необходимо постоянно поднимать и без того высокую эффективность, а также стараться максимально сократить затраты человеческих ресурсов и труда, в процессе производства. Данные задачи выделены в их государственном проекте «Индустрия 4.0», который был принят в 2011 году, и который реализуется по сей день [2]. Из этого следует, чтобы достигнуть высокого уровня роботизации в стране, необходимо прибегнуть к массовому сокращению в экономике труда человека. При этом, некоторые политики в Германии отмечают, что программа «Индустрия 4.0» может нанести удар по занятости их населения. В обоснование вышесказанных слов, ими приводятся данные, где указано, что в долгосрочной перспективе из 30,9 млн имеющихся рабочих мест в настоящее время роботы и компьютеры вскоре заменят около 18 млн или 59% [2]. Такие прогнозы являются весьма плачевными, однако практика многих развитых стран подтверждает их на практике. Можно только предположить, что увеличение показателей сокращения труда до 75-80% будут реальны, в еще больше отдаленной перспективе.

Из этого следует, что процесс роботизации экономики имеет для общества существенные экономические последствия, поскольку в массовом порядке вытесняет человеческий труд из экономики и лишает его возможности трудиться, тем самым лишает возможности зарабатывать традиционным способом средства для существования.

В настоящее время, более 90% людей живут с уверенностью что смогут обеспечить себя работой, если будут учиться, повышать квалификацию, получать дополнительное образование, и при желании - переучиваться и менять профессию вообще. Роботизация человеческого труда, лишает его такой возможности, и в скором времени, с ее развитием, около 80% людей не смогут вообще получить какую-либо работу. Это может массово повлиять на безработицу страны в целом.

Автоматизация и цифровая экономика в первую очередь направлены на ликвидацию рутинного человеческого труда, одновременно увеличивая спрос на более квалифицированный и творческий труд. Тем не менее, в конечном итоге баланс получится отрицательным в сторону занятости, и для уровня заработной платы. Исходя из анализа рынка труда, который был совершен учеными в США Д. Асемоглу из МПТ и П. Рестрепо из Бостонского университета, появление одного нового робота на 1000 работников сокращает занятость – с учетом ее роста в смежных отраслях – на 0,18%, что эквивалентно потере работы для трех человек; средняя зарплата при этом снижается на 0,25% [3]. С тем фактом, что в Корее их использует более 53 на тысячу работников, то данные цифры становятся

непосредственно угрожающими человеческому труду. При такой массовой роботизации, труд уже не просто начинает сокращаться, а практически начинает «исчезать» и становится не востребованным.

Однако, руководство нашей страны отметило, что цифровая экономика является неотъемлемым элементом развития государственной экономики, видя в ней решения большинства существующих проблем и основное средство увеличения доходов и качества жизни населения. При всем этом, отмечается что развитие цифровой экономики позволит обеспечить увеличение новых высокопроизводительных рабочих мест с повышенной оплатой труда, обеспечивая при этом необходимую занятость населения [4, с. 136-138]. По нашему мнению, данное утверждение является весьма необоснованным, и не реализуемым в принципе. В новых её сферах и секторах это, безусловно, произойдет и потребует более высокой квалификации персонала, но в большинстве традиционных отраслей экономики это однозначно приведёт к обратному процессу и ещё более обострит традиционную безработицу. Данный фактор, может существенно повлиять на образование проблем с занятостью. Разрешить данную проблему будет реально только при разработке новейших подходов и принципов уже в новой роботизированной экономике.

Таким образом, роботизации и преимущественной замены при этом человеческого труда роботами и искусственным интеллектом не следует опасаться. Наиболее целесообразным решением, будет направить все силы и возможности на развития данного явления, для улучшения человеческих благ и жизни общества в целом.

#### **Использованные источники:**

1. Цифровая экономика России. URL: <http://www.tadviser.ru/index.php/>
2. Четвёртая промышленная революция. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
3. Один робот сокращает в экономике три рабочих места. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2017/05/22/690779-robot-ekonomike>
4. Яковец Ю.В. О системе долгосрочных целей устойчивого развития цивилизации. Научный доклад. М.: МИСК, ИНЭС, 2015. - 212с

*Кортиева К. Р.  
студент, 4 курс  
экономический факультет  
Ростова Д.В.  
студент, 4 курс  
факультет управления  
Кирова И.В., доцент  
доцент кафедры экономических теорий  
Московский автомобильно-дорожный государственный  
технический университет (МАДИ)  
Россия, г. Москва*

### **АНАЛИЗ КОНЪЮНКТУРЫ МИРОВОГО РЫНКА МАШИН И ОБОРУДОВАНИЯ**

**Аннотация.** Авторами проанализирована ситуация, складывающаяся на мировом рынке машин и оборудования в последнее десятилетие. Особое внимание уделено месту России в мировом машиностроении.

**Ключевые слова:** объем мировой торговли; доля развитых и развивающихся стран в структуре экспорта машин и оборудования; мировое производство сельхозтехники, легковых автомобилей, станкостроительной продукции и телекоммуникационного оборудования.

*Kortieva K.R.,  
student, 4 course  
faculty of economics  
Postova D.V.  
student, 4 course  
faculty of management  
Kirova I. V.  
associated professor of the department of economic theories  
Moscow Automobile and Road Construction State Technical University  
(MADI)  
Russia, Moscow*

### **ANALYSIS OF THE WORLD MACHINES AND EQUIPMENT MARKET CONDITIONS**

**Abstract.** Authors analyzed the situation developing in the world machinery and equipment market during the last decade. Special attention is devoted to the position of Russia in the world of mechanical engineering.

**Key words:** volume of world trade; developed and developing countries share in machinery and equipment export structure; world production of agricultural machinery, cars, machine tools and telecommunications equipment.

Конъюнктура товарного рынка – временная экономическая ситуация, характеризующаяся признаками, отражающими состояние товарного рынка в определенный момент времени. К числу таких признаков можно отнести:



тенденцию развития рынка, масштабы производства и рыночных операций, уровень спроса и предложения на данный товар и т.д. [7]

Особенности формирования конъюнктуры мирового рынка машин и оборудования во многом определяют такие экономические характеристики как:

- наукоёмкость, трудоёмкость и капиталоемкость производства;
- интенсивность расширения и обновления номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции;
- развитие процессов специализации и кооперации на всех стадиях воспроизводственного процесса. [10]

Международная статистика всю номенклатуру продукции, выпускаемой рынком машин и оборудования, распределяет по трем укрупненным группам [12]:

– производство оборудования общего назначения: технологическое оборудование для различных отраслей промышленности, станки, кузнечно-прессовое оборудование и т.д.;

– электронное оборудование (телекоммуникационное оборудование, электронные приборы различного назначения, электронные компоненты, оборудование для обработки данных и т.п.) и электротехническое оборудование (генераторы, трансформаторы, электродвигатели, распределительное оборудование);

– все виды транспортного оборудования: железнодорожно-подвижной состав, автомобили, авиатехника, суда.

В табл. 1 представлены данные о мировом экспорте машин и оборудования в 2011-2015гг. [12]

Таблица 1.

**Мировой экспорт машин и оборудования (млрд долл.)**

	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	Среднегодовой прирост, в %
ВСЕГО, в том числе	5949	6026	6247	6412	6098	2,5
Продукция общего машиностроения	2059	2063	2085	2142	1926	1,4
Электронное и электротехническое оборудование	2132	2165	2306	2373	2322	3,7
Транспортное оборудование, в том числе	1758	1798	1856	1897	1850	2,5
Железнодорожно-подвижной состав	43	44	40	43	38	0
Автомобили	1273	1307	1354	1394	1312	3,1
Авиатехника	250	288	314	322	353	8,8
Суда	192	159	148	138	147	- 10,0

Объем мировой торговли машиностроительной продукцией составлял в млрд долл. США: в 2011г. – 11744,6; в 2012г. – 11868,4; в 2013г. – 12270,7; в 2014г. – 1257,1; в 2015 г. – 11934,0. К 2016 году доля четырех крупнейших производителей (Китая – 18,3%, Германии – 11,3%, США – 11% и Японии – 6,3%) в мировом экспорте продукции машиностроения достигла 46,9%. Наибольшую долю в мировом экспорте продукции машиностроения занимают транспортные средства (23,1%) и телекоммуникационное оборудование (12,4%). В табл. 2 представлены данные о доле развитых и развивающихся стран в структуре экспорта машиностроительной продукции [2].

Таблица 2.

**Доля развитых и развивающихся стран в структуре экспорта машиностроительной продукции.**

Экспорт	Доля развитых стран, 2015г., %	Доля развивающихся стран, 2015г., %	Прирост доли развивающихся стран, 2005-2015 гг., %
телекоммуникационное оборудование	20	80	21
офисное оборудование	30	70	9
электрооборудование	40	60	19
промышленное оборудование	60	40	18
транспортное оборудование	63	37	12
автомобилестроение	75	25	9

В отечественной экономической статистике на рынке машин и оборудования выделяют 18 основных производств [11]. Это машиностроение: энергетическое; металлургическое; горно-шахтное и горнорудное; подъемно-транспортное; электротехническое; химическое; производство нефтепромыслового и геологоразведочного оборудования; производство нефтегазоперерабатывающего оборудования; станкостроительная и инструментальная промышленность; радиоэлектронная и приборостроительная промышленность; транспортное машиностроение (авиа-, судо-, автомобилестроение и железнодорожное машиностроение); тракторостроение; сельскохозяйственное машиностроение; машиностроение для животноводства и кормопроизводства; строительно-дорожное машиностроение; производство оборудования для легкой и пищевой промышленности; производство сантехнического и газового оборудования; промышленность межотраслевых производств.

Доля российской продукции машиностроения в мировой торговле в 2016г. составляла 0,8% (1,3% в 2011 г.). Экспорт машиностроительной продукции РФ составлял: в 2012г. – 5,1% всего экспорта РФ (26553 млн долл. США); в 2013г. – 5,5%; в 2014г. – 5,3%; в 2015г. – 7,4%; в 2016г. – 8,5% (24293 млн долл. США); в 1 кв. 2017г. – 5,2% (4363 млн долл. США) [2].

Основу российского экспорта машиностроительной продукции составляют:

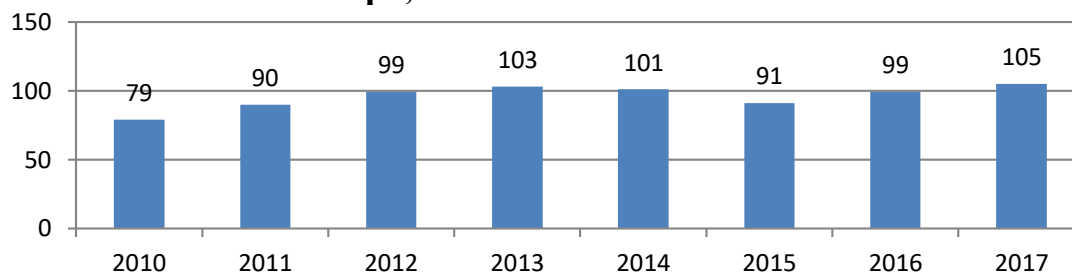
- реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства (лидер – госкорпорация «Росатом»);
- продукция ОПК, оружие и боеприпасы (лидер – концерн «Алмаз-Антей», Санкт-Петербург);
- технологии и продукция Рособоронэкспорта;
- вертолетная техника (лидер – холдинг «Вертолеты России»).

Необходимо отметить, что, несмотря на то, что Россия пока не входит в десятку лидеров *мирового судостроения* по спуску судов на воду, основная ниша отечественного судостроения на мировом рынке - создание высокотехнологичных, уникальных и малосерийных плавсредств для освоения месторождений углеводородов на континентальном шельфе замерзающих морей Арктики и Дальнего Востока. К ним относятся суда и плавучие средства для обустройства и освоения месторождений, для транспортного обеспечения, для проведения научно-экспедиционных исследований и государственного мониторинга континентального шельфа арктического региона. В военном кораблестроении Россия входит в число лидеров и занимает второе место после США, а "Объединенная судостроительная корпорация" по объему выпуска разнообразной судостроительной продукции занимает 7-е место в мире. Кроме того, атомного ледокольного флота нет ни у одной страны мира, кроме России. В настоящее время Россия имеет 6 атомных и более 20 дизельных ледоколов. Для сравнения: у Дании - 4 ледокола, у Норвегии - 1, у США - 3, у Канады - 2 тяжелых ледокола и более десятка ледоколов небольшого класса. Обновление ледокольного флота - один из приоритетов российской судостроительной отрасли. В последние годы этот процесс приобрел систематический характер. В 2015-2016 годах завершено строительство трех дизель-электрических ледоколов мощностью 16 мВт проекта 21900М, которые способны обеспечивать непрерывное движение при толщине льда до полутора метров. В стадии постройки находятся 3 универсальных атомных ледокола проекта 22220 мощностью 60 мВт, дизельный ледокол проекта 22600 мощностью 25 мВт, 2 дизельных ледокола проекта IBSV01, мощность каждого из них составляет 21,5 мВт, портовый ледокол проекта Аker ARC 124 мощностью 14,4 мВт. Разрабатывается техническая документация на флагман отечественного флота - атомный ледокол "Лидер" мощностью 120 мВт проекта 10510, способного обеспечить круглогодичную навигацию в Арктике с коммерческой скоростью 10-12 узлов. Общая суммарная мощность строящегося флота составляет более 380 мВт. [1]

На диагр.1 представлены данные о *мировом производстве сельскохозяйственной техники* в период 2010-2017гг. [4]

Диаграмма 1.

**Динамика объема производства сельхозтехники в мире, млрд. евро, 2010 – 2017 гг.**



Лидерами на мировом рынке сельскохозяйственных машин в 2017г. были компании США, Германии и Италии. Компании John Deere (США), Case New Holland (CNH) (США), AGCO Corporation (США), Claas (Германия) и Same-Deutz-Fahr (SDM) (Италия) значительно превосходят всех прочих производителей по объемам своего годового оборота. В 2017 году мировое производство сельхозтехники достигло максимального объема за последние 10 лет и в 2018 г. ожидается дальнейший роста производства на 4% [13].

По итогам 2016 года можно говорить о феноменальном росте производства сельхозтехники в РФ. Благодаря существенным государственным инвестициям, связанным с программой импортозамещения, в целом производство сельхозтехники увеличилось почти на 60%, а производство сеялок увеличилось на рекордные 116%. Общий объем произведенной продукции в денежном выражении превысил 85 миллиардов российских рублей. А сегодняшняя двукратная разница в цене между отечественной и зарубежной техникой позволяет стране завоевывать не только внутренний, но и внешние рынки. Сейчас доля российской техники внутри страны расширилась до 55% (два года назад она составляла лишь 25%). Экспортные поставки в целом увеличились на 10%, а в ближайшие к России страны Восточной Европы – на 25%. В 2017 году на российских предприятиях выпустили два новых комбайна, три новых модели тракторов и еще более 150 модернизированных видов сельскохозяйственных машин. Наиболее востребованные ниши – прицепная техника, посевные комплексы и трактора средней мощности, которые сейчас в РФ практически не производятся [4].

По мнению аналитиков Marketpublishers Ltd., российский рынок сельхозтехники можно назвать одним из самых перспективных и обладающих хорошим потенциалом для дальнейшего роста. Если в Европе используется 85 тракторов на 1000 гектаров пашни, то в России – лишь четыре. В Европе на 1000 гектаров обычно работает 12 комбайнов, в РФ – 3. Следовательно, и порядок нагрузки на технику совершенно другой. В развитых странах один трактор в среднем проходит менее 40 гектаров пашни, в России – более 240 гектаров. Зерноуборочный комбайн в Европе убирает 63 гектара пашни, в РФ – порядка 350 гектаров [16]. Очевидно, что

потенциал для наращивания производства и обновления автопарка в России просто огромный [8; 9]. Участники мирового рынка озабочены растущим протекционизмом в России, что особенно проявилось в тексте недавно принятой стратегии развития сельскохозяйственного машиностроения на период до 2030 г. Стратегия является ограничительной, открывая доступ к субсидиям только для местных производителей [17].

*Производство легковых автомобилей*, пожалуй, одна из наиболее развивающихся отраслей мирового рынка машин и оборудования. Согласно данным Международной организации производителей автомобилей (Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles, OICA), начиная с 2010 года, мировой рынок легковых автомобилей встал на устойчивую траекторию, на которой он и находится вплоть до настоящего времени. В соответствии со сделанными OICA оценками, в 2016 году в мире было реализовано около 69,5 млн единиц рассматриваемого вида техники. На диагр. 2 представлены данные о мировом производстве легковых автомобилей в 2005 – 2016 гг. [3; 5]



В табл. 3 представлены данные об объемах продаж и количестве сотрудников компаний – лидеров мирового автомобилестроения [18].

Таблица 3.

**Топ-10 крупнейших автомобильных компаний в мире, январь-апрель 2017 года**

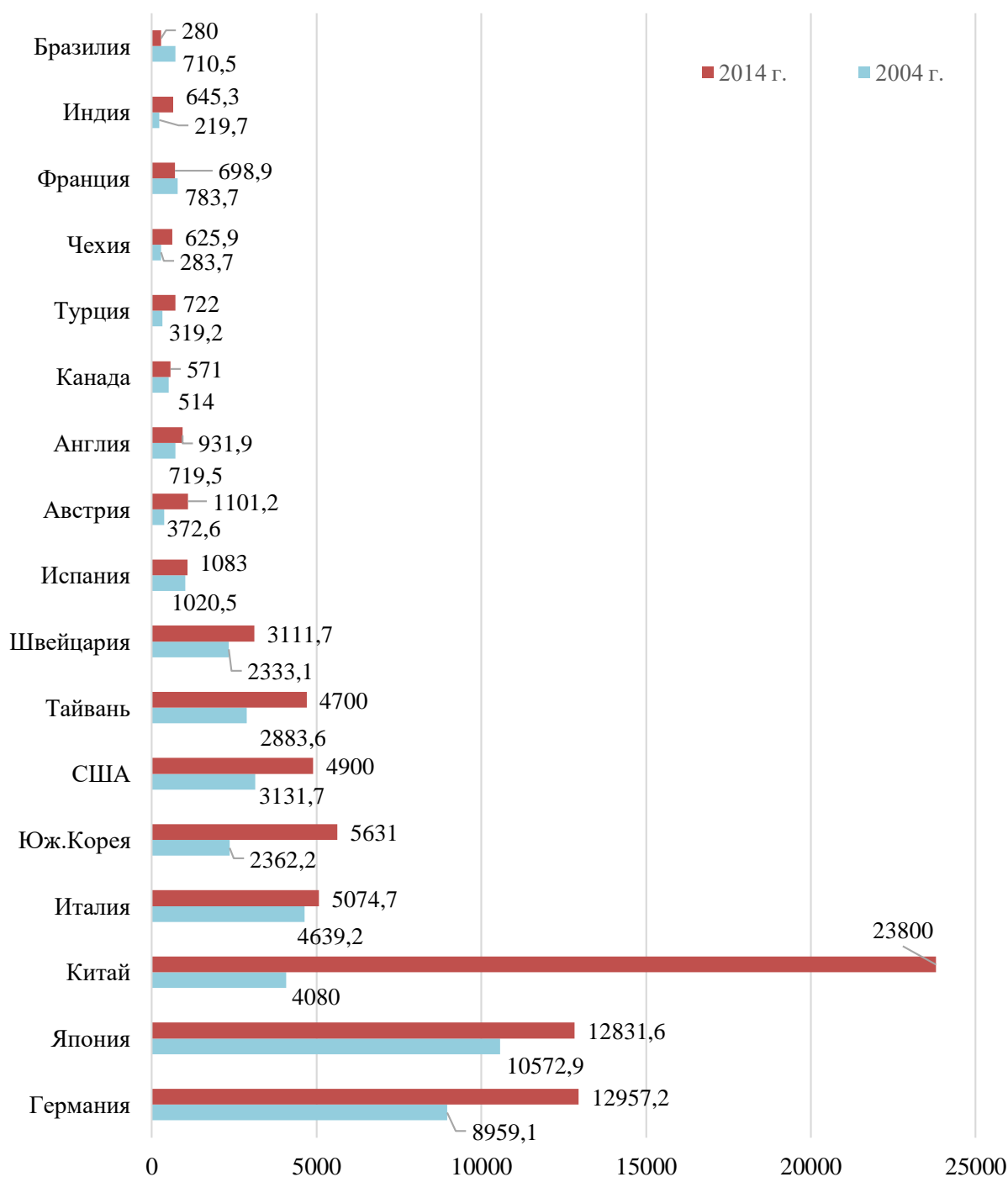
Место	Компания	Страна происхождения	Объем продаж, млн. ед.	Кол-во сотрудников, тыс. чел.
1	Toyota Motor	Япония	3,44	330,0
2	Volkswagen Group	Германия	3,4	592,6
3	Renault-Nissan Alliance	Франция, Япония	3,33	450,0
4	General Motors	США	2,52	216,0
5	Hyundai Motor Group	Южная Корея	2,29	249,4
6	Ford Motor	США	2,06	224,0
7	Honda Motor	Япония	1,71	199,4
8	Fiat-Chrysler	Италия, США	1,61	228,7
9	Suzuki	Япония	1,05	14,6
10	PSA Peugeot-Citroen	Франция	1,03	184,8

Безусловно, лидер в данном секторе – Япония (4 компании). Примечательно то, что до 90-х годов XX века лидерами мировых продаж автомобилей были немецкие производители: Volkswagen, Mercedes, Audi. Однако со временем Япония, Южная Корея и Китай составляют достойную конкуренцию и обогнали западные страны, количество продаж японских и корейских автомобилей растет с каждым годом. Это можно связать с тем, что в конце 1990-х годов многими японскими компаниями-производителями автомобилей были организованы сборочные филиалы на территории Азии, это и способствовало увеличению объемов производства. Начиная с 1999 по 2009 год, эти показатели выросли почти в 4 раза и до сих пор растут. Японские компании построили более 30 заводов на территории США, и это позволило им выйти на американский автомобильный рынок. Например, такая японская марка, как Lexus, которая больше известна как марка автомобилей премиум класса, изначально была выпущена специально для потребителей в США. В Европе было построено 16 сборочных заводов совокупной мощностью 1 млн 800 тыс. машин в год [15].

Данные о производстве *станкостроительной продукции в мире* в 2004-2014 гг. (по данным компании Gardner Business Media, занимающейся производством различного оборудования и станков для электростанций и заводов) представлены на диагр 3. [19]

Диаграмма 3.

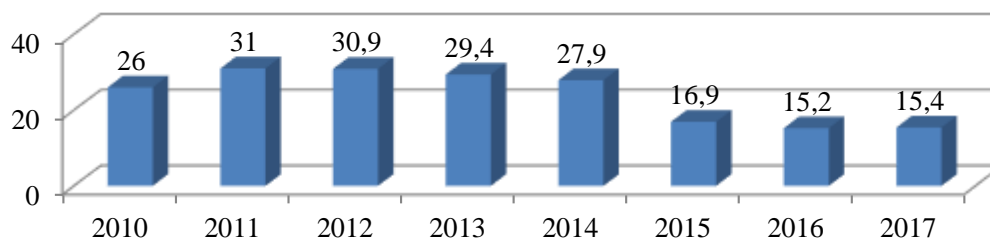
**Производство станкостроительной продукции в мире, млн. долл.,  
2004-2014 гг.**



Российский станочный парк [по данным Минпромторга], тыс. шт. представлен на диаграмме 4. [6]

Диаграмма 4.

**Объём производства металлообрабатывающих станков в России, 2010 –2017 г., тыс. шт.**

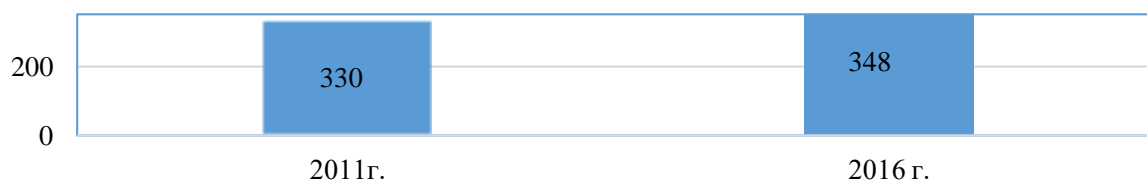


*Телекоммуникационное оборудование* представляет собой сложные радиотехнические устройства, которые используются для передачи аналоговой или цифровой информации на расстояния. Разнообразие таких устройств определяется различными физическими принципами, на которых основана их работа, их функционалом и предназначением в сетях связи. Аналитики ведущей международной консалтинговой компании J'son & Partners Consulting, специализирующейся на рынках телекоммуникаций, выделяют следующие базовые виды телекоммуникационного оборудования: оборудование для мобильной связи; оборудование для фиксированной связи; оборудование для транспортных сетей; наземное оборудование для спутниковой связи.

На диагр. 5. представлены данные о мировом производстве телекоммуникационного оборудования в 2011-2016 гг. [14]

Диаграмма 5.

**Мировой рынок телекоммуникационного оборудования, млрд. долл., 2011-2016гг.**



Исходя из результатов оценки международной независимой аналитической компании Forrester, занимающейся исследованиями ранка информационных технологий - объём глобального рынка телекоммуникационного оборудования достиг почти \$350 млрд. Примечательно, что главными потребителями телекоммуникационного оборудования являются как сами операторы связи, так и корпоративные клиенты (предприятия). По оценкам J'son & Partners Consulting в России насчитывается около 1000 компаний, занятых в области производства различных видов телекоммуникационного оборудования общего назначения.

Товарный рынок машин и оборудования играет огромную роль в развитии экономик различных стран. На сегодняшний день основное производство сосредоточено в двух десятках фирм-лидеров, между которыми идет достаточно сильная конкуренция. Странами, лидирующими в



области производства и экспорта машин и оборудования, безусловно, можно назвать США, Японию, Германию, Южную Корею, Китай.

Россия составляет серьезную конкуренцию в области военной техники и военно-технического оборудования, но, к сожалению, на данный период не может составить конкуренцию в «гражданском машиностроении». Однако уже с 2012 года начали осуществляться крупные государственные программы по развитию рынка сельхозмашиностроения, авиационной промышленности, судостроения, а также развитию отечественного фармацевтического оборудования. В табл. 4,5 представлены данные о динамике роста объема инвестиций в российский рынок машин и оборудования и о крупнейших в России машиностроительных компаниях [2].

Таблица 4.

**Темп роста объема инвестиций в российское машиностроение, 2012-2016гг., %.**

Производство:	2012 г.	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.	Совокупный среднегодовой темп роста
Машины и оборудование	126,0	121,9	111,1	108,2	88,6	<b>110,4,</b>
Электрооборудование, электронное и оптическое оборудование	131,3	123,6	102,9	129,5	87,1	<b>113,5</b>
Транспортные средства и оборудование	125,1	128,6	123,4	94,9	94,1	<b>112,1</b>

Таблица 5.

**Крупнейшие машиностроительные компании России (без предприятий ОПК), 2015г.**

Компания	Выручка, млн. руб.	Расположение
ФОЛЬКСВАГЕН ГРУП РУС, ООО	170 898.83	Калужская область
АВТОВАЗ, ПАО	168 674.00	Самарская область
КОНЦЕРН ВКО АЛМАЗ-АНТЕЙ, АО	136 515.56	Москва
Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус, ООО	103 250.46	Санкт-Петербург
НИССАН МЭНУФЭКЧУРИНГ РУС, ООО	97 037.86	Санкт-Петербург
КАМАЗ, ПАО	86 659.38	Республика Татарстан
РЕНО РОССИЯ, ЗАО	84 676.77	Москва
Корпорация ИРКУТ, ПАО	82 786.50	Москва
ЭЛЛАДА ИНТЕРТРЕЙД, ООО	69 026.45	Калинингр. область
Уфимское моторостроительное производственное объединение, ПАО	67 510.96	Республика Башкортостан
Автозавод ГАЗ, ООО	62 888.65	Нижегород. область
ПО СЕВМАШ, АО	62 529.51	Архангельская область
РОСТВЕРТОЛ, ПАО	56 826.99	Ростовская область
Научно-производственная корпорация УРАЛВАГОНЗАВОД, АО	54 850.10	Свердловская область
Казанский вертолетный завод, ПАО	49 094.54	Республика Татарстан

### Использованные источники:

1. Батенева Татьяна. Интервью «Российской газете» министра промышленности и торговли России Дениса Мантурова, 27.06.2017г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://rg.ru/2017/06/27/denis-manturov-sudostroitelnaia-otrasl-legko-perenesla-krizis.html>
2. Бежин, Е. Машиностроение: состояние отрасли и основные тенденции развития. / Презентация. Конференция «Машиностроение. Перспективы развития в СЗФО», 21 июня 2017г. // Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики, Санкт-Петербург. [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.n-west.ru/wp-content/uploads/2017/06/mashinostroenie\\_2106\\_sh.pdf](http://www.n-west.ru/wp-content/uploads/2017/06/mashinostroenie_2106_sh.pdf)
3. Безновская, В.В. Российский рынок легковых автомобилей в условиях санкций / В.В. Безновская, М.О. Жабкин, В.И. Прусова // Автотранспортное предприятие. – 2016. – №8. – С. 35 – 39.
4. Бутов, А.М. Рынок сельскохозяйственных машин/ А.М.Бутов // Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики [Электронный ресурс]. — URL: [https://dcenter.hse.ru/data/2016/12/29/1114670197/\(13.04.2017\)](https://dcenter.hse.ru/data/2016/12/29/1114670197/(13.04.2017))
5. Бутов, А.М. Рынок новых легковых автомобилей / А.М. Бутов // Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики [Электронный ресурс]. — URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2017/08/30/1173968062>
6. Иванов, В.П. Станки, станки, станки / В.П. Иванов // Центр научно-политической мысли и идеологии [Электронный ресурс] — URL: <http://rusrand.ru/analytics/stanki-stanki-stanki> (13.04.2017)
7. Кирова, И.В. Мировая экономика и международные экономические отношения. В 2ч. Часть 1. Глобализация: курс лекций / И.В. Кирова, Т.Л. Попова. – М.: МАДИ. – 2014. – 68 с.
8. Кирова И.В. Госрегулирование и модернизация / И.В. Кирова, Т.Л. Попова // Вестник Московского автомобильно-дорожного государственного технического университета (МАДИ). – 2012. – №2. – С.57-64.
9. Коваленко, Н.В. Современные тенденции развития транспортного комплекса Российской Федерации / Н.В. Коваленко, В.В. Безновская, А.В. Скороходова // Международный технико-экономический журнал. – 2017. – №3. – С.25-31.
10. Кортиева, К.Р. Особенности современного рынка машин и оборудования / К.Р. Кортиева, Д.В. Ростова, И.В. Кирова // Форум молодых ученых. – 2018. – № 1 (17).
11. Кунцман, М.В. Защита конкуренции как противодействие угрозам экономической безопасности / М.В. Кунцман, А.А. Султыгова, С.И. Юрина // Международное научное издание Современные фундаментальные и прикладные исследования. – 2015. – № 4(19). – С.145-149.
12. Савинов, Ю.А. Международная торговля машинами и оборудованием: динамика и структура / Ю.А. Савинов, А.В. Абрамова // Российский

внешнеэкономический вестник. – 2017. – № 1. – С. 32- 46. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnaya-torgovlya-mashinami-i-oborudovaniem-dinamika-i-struktura>

13. Ассоциация производителей сельхозтехники / VDMA Agricultural Machinery. [Электронный ресурс]. — URL: [https://www.vdma.org/v2viewer/v2article/render/21956677?cachedLR61051178=de\\_DE](https://www.vdma.org/v2viewer/v2article/render/21956677?cachedLR61051178=de_DE)

14. Атлас производителей телекоммуникационного оборудования России, 2017г. [Электронный ресурс]. — URL: [http://json.tv/ict\\_telecom\\_analytics\\_view/atlas-proizvoditeley-telekommunikatsionnogo-oborudovaniya-rossii-2017-g-20170207025322](http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/atlas-proizvoditeley-telekommunikatsionnogo-oborudovaniya-rossii-2017-g-20170207025322)

15. Лидеры автомобильного производства на мировом рынке / Журнал «Эксперт». [Электронный ресурс]. — URL: <http://expert.ru/2015/10/20/lideryi-avtomobilnogo-proizvodstva-na-mirovom-ryinke> (15.04.2017)

16. Обзор рынка сельскохозяйственной техники / MarketPublishers [Электронный ресурс]. – URL: <https://marketpublishers.ru/lists/8001/news.html>

17. Стратегия развития сельскохозяйственного машиностроения России на период до 2030 года / Распоряжение Правительства Российской Федерации от 7 июля 2017 г. № 1455-р. [Электронный ресурс]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/Ba4B6YDTiuOitleLkDQ05MCbz4WrfZjA.pdf>

18. Топ-10 автомобильных компаний мира 2017 / CarDiagram.com.ua. независимый украинский блог / [Электронный ресурс]. – URL: <http://cardiagram.com.ua/world-best-motor-companies-9079.html>

19. Gardner Business Media / [Электронный ресурс]- URL: <http://www.gardnerweb.com/economics/blog> (15.04.2017)

*Курьянова А.Д.  
студент*

*4 курс, Экономический факультет  
Амурский государственный университет  
Россия, г. Благовещенск*

### **ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В БАНКЕ ВТБ (ПАО)**

**Аннотация:** *Статья посвящена изучению методики оценки кредитоспособности юридически лиц в Банке ВТБ (ПАО), которая осуществляется в три этапа. Перечислены минимальные требования к заемщикам для получения кредитных ресурсов. Рассмотрены источники информационного обеспечения анализа кредитоспособности юридических лиц.*

**Ключевые слова:** *кредитоспособность, Банк ВТБ (ПАО), юридическое лицо, заемщик, анализ, финансовые коэффициенты*

*Kuryanova A.D.  
student*

*4 course, Faculty of Economics  
Amur State University  
Russia, Blagoveshchensk*

### **ASSESSMENT OF CREDITWORTHINESS OF LEGAL ENTITIES IN BANK VTB (PJSC)**

**Abstract:** *The article is devoted to the study of the methodology for assessing the creditworthiness of legal persons in VTB Bank (PJSC), which is implemented in three stages. The minimum requirements for borrowers for obtaining credit resources are listed. The sources of information support for analysis of the creditworthiness of legal entities.*

**Keywords:** *creditworthiness, Bank VTB (PJSC), legal entity, borrower, analysis, financial ratios.*

Успешная деятельность банка обусловлена устойчивым ростом доходов, повышением рентабельности бизнеса, поддержанием достаточности капитала, а также сведению к минимуму потерь в результате проведения рискованных операций. Поэтому в условиях нестабильной экономической ситуации оценка кредитоспособности заемщиков является одной из приоритетных задач банков. Актуальность темы исследования заключается в совершенствовании механизмов оценки кредитоспособности с целью установления долгосрочных партнерских отношений между банком и клиентами, а также минимизации кредитных рисков, а вместе с тем и убытков.

Кредитоспособность заемщика – это комплексная правовая и финансовая характеристика, представленная финансовыми и нефинансовыми показателями, позволяющая оценить его возможность в будущем полностью и в срок, предусмотренный в кредитном договоре,

рассчитаться по своим долговым обязательствам перед кредитором, а также определяющая степень риска банка при кредитовании конкретного заемщика. Цель анализа кредитоспособности юридического лица предполагает комплексное изучение деятельности для определения его способности своевременно и в полном объеме погашать свои обязательства по предоставленным кредитным ресурсам.

Банк ВТБ (ПАО) – один из лидеров российского рынка финансовых услуг, а также является главным банком Группы ВТБ (второй по величине финансовой группы России). Группа обладает широкой сетью отделений в стране (7,7 тысячи точек продаж) и успешно развивает присутствие на ключевых финансовых рынках мира. Уставный капитал Банка ВТБ (ПАО) по состоянию на 01.01.2018 г. составляет 651 033 883 623 руб. 38 коп.

В сфере развития предпринимательства Банк ВТБ (ПАО) осуществляет поддержку клиентов малого и среднего бизнеса, финансирование клиентов в области сельского хозяйства и пищевой промышленности, строительство социально значимых объектов инновационных производств, что способствует укреплению региональной экономики и реального сектора.

Для оптимизации кредитной деятельности в Банке ВТБ (ПАО) разрабатываются собственные системы анализа кредитоспособности юридических лиц и оценки кредитных заявок. В соответствии с методическими рекомендациями банка оценка кредитоспособности заемщика проводится на основании анализа официальной финансовой отчетности, анализа денежных потоков заемщика, анализа ликвидности обеспечения кредита, анализа бизнес-плана и технико-экономического обоснования кредитуемой сделки.

Заявки Клиентов на получение кредитных ресурсов принимаются к рассмотрению при полном соответствии минимальным требованиям. Основные требования: срок фактического ведения деятельности составляет более 6 месяцев; отсутствие текущее просроченной задолженности по обязательствам, задолженности перед бюджетами разных уровней; регистрация на территории РФ; не находится в реорганизации, ликвидации или банкротстве и др. При выявлении несоблюдения хотя бы по одному из минимальных требований на любом из этапов проверки отчетности осуществляется отказ по сделке.

На первом этапе оценки кредитоспособности юридического лица – заемщика Банка проводится анализ объемных показателей, а именно величины активов, запасов, дебиторской задолженности, денежных средств, капитала и резервов, краткосрочных обязательств, выручки от продаж, себестоимости, коммерческих расходов, «фонда директора», чистой прибыли. Оцениваются структура и динамика данных показателей.

Второй этап предполагает анализ финансовых коэффициентов, на основании которого предприятию присваивается категория, относящая его к тому или иному классу кредитоспособности, в соответствии с данными нижепредставленной таблицы.

Таблица 1 – Параметры отнесения предприятия к классу кредитоспособности

Показатель	1 группа – 15 баллов	2 группа – 10 баллов	3 группа – 5 баллов	Неплатежеспособность – 0 баллов
Коэффициент текущей ликвидности	$\geq 2$	$1,5 \leq K < 2$	$1 \leq K < 1,5$	$< 1$
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	$\geq 0,1$	$0,08 \leq K < 0,1$	$0,07 \leq K < 0,08$	$< 0,07$
Коэффициент финансового рычага	$\leq 0,6$	$0,6 < K \leq 0,7$	$0,7 \leq K < 0,8$	$\geq 0,8$
Коэффициент автономии	$> 0,7$	$0,4 \leq K \leq 0,7$	$0,25 \leq K \leq 0,4$	$< 0,25$
Коэффициент рентабельности продаж	$\geq 0,15$	$0 \leq K \leq 0,7$	$0,7 \leq K \leq 0,15$	$< 0$ (убыточность)
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	$\leq 30$ дней	$31 \leq K \leq 50$	$51 \leq K \leq 90$	$\geq 91$ день

Чтобы присвоить предприятию I класс кредитоспособности, сумма баллов в соответствии с коэффициентным анализом должна составлять не менее 60, II класс кредитоспособности – от 60 до 30 баллов, III класс – от 30 до 20 баллов. Если общая сумма баллов ниже 20, заемщик является некредитоспособным.

Третий этап анализа финансового состояния юридического лица заемщика Банка ВТБ (ПАО) – расчет вероятности банкротства на основании «Z – анализа» Альтмана. Расчет производится по формуле:

$$Z = 1,2X_1 + 1,4X_2 + 3,3X_3 + 0,6X_4 + X_5, \quad (1)$$

где  $X_1$  - оборотный капитал/совокупный капитал;

$X_2$  - нераспределенная прибыль прошлых лет/активы;

$X_3$  – валовая прибыль/активы;

$X_4$  - рыночная оценка капитала/долгосрочные и краткосрочные обязательства;

$X_5$  - выручка от реализации/активы.

Если полученное значение  $Z > 2,99$ , то заемщик эффективно ведет свой бизнес, и поэтому относится к числу кредитоспособных организаций.

При определении внутреннего рейтинга заемщика должна анализироваться не только финансовая информация, полученная из бухгалтерской и управленческой отчетности, но и нефинансовая, а именно сведения о составе учредителей и акционеров, уровне менеджмента, положение предприятия в отрасли, состояние отрасли в целом и другие качественные характеристики работы кредитуемой организации.

Итак, оценка кредитоспособности юридического лица как элемент системы кредитования включает в себя два ключевых момента: финансовый анализ и качественный анализ. Исследовав данную тему можно сделать вывод о том, что оценка кредитоспособности заемщика играет чрезвычайно важную роль в системе кредитования юридических лиц, поскольку позволяет банку минимизировать риски и поддержать финансовую устойчивость, что особенно важно в современных экономических условиях.

**Использованные источники:**

- 1.Лаврушин, О.И. Банковское дело: современная система кредитования: учебное пособие / О.И. Лаврушин, О.Н. Афанасьева. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: КНОРУС, 2013. — 360 с.
- 2.ВТБ [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Хабаровск. – 2018. – Режим доступа: <https://www.vtb24.ru/company/>. – 30.01.2018.
- 3.Федеральный закон от 02.12.1990 г. N 395-1 «О банках и банковской деятельности»

*Леско Е.С.  
студент 5 курс  
кафедра педагогического мастерства учителей начальных классов  
и воспитателей дошкольных учреждений  
Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) в Ялте КФУ  
Lesko E.S.  
5-year student  
the Department of pedagogical skills of primary school teachers and  
preschool teachers  
Humanitarian-pedagogical Academy (branch) in Yalta  
Kazan Federal University*

**МУЛЬТИЛИНГВАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ  
ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИЯЗЫЧНОЙ ЛИЧНОСТИ  
MULTILINGUAL LEARNING AS ONE OF THE FACTORS OF  
FORMATION OF THE POLYLINGUAL PERSONALITY**

**Аннотация.** *В данной статье рассматриваются понятия и условия формирования полиязычной личности в дошкольном образовательном заведении республики Крым, делается обзор существующих положений, отражающих суть проблемы, рассматривается мультилингвальное обучение как один из факторов формирования полиязычной личности.*

**Ключевые слова:** *Мультилингвальное обучение, поликультурная личность.*

**Abstract:** *This article discusses the concepts and conditions of formation of the polylingual personality in preschool educational institution of the Republic of Crimea is an overview of the existing regulations to reflect the essence of the problem, discusses multilingual learning as one of the factors of formation of the polylingual personality.*

**Keywords:** *Multilingual education, multicultural personality.*

Постоянные изменения в системе образования, внедрение стандартов нового поколения, а также изучение нескольких языков привели к необходимости созданию и организации условий необходимых для формирования мультилингвальной личности. Усвоение языков начинается с младенческого возраста и продолжается до наступления половой зрелости. В этот период мозг отличается особой гибкостью и способностью образовывать нейронные связи, необходимые для формирования речевых центров. С возрастом это способность в какой-то мере утрачивается, освоение нового языка дается сложнее, и только при условии создания специального образовательного пространства, что и подтверждает мысль о том, что начинать формирование полиязычной личности следует с раннего возраста при организации благоприятных условиях.

Цель статьи рассмотреть и изучить понятия «полиязычная личность», а также условия формирования полиязычной личности ребенка в дошкольном образовательном заведении Республики Крым.



Рассмотрим понятие «полиязычная личность» - это лицо, владеющее несколькими языками и способное полностью продуцировать и воспроизводить свои мысли на изучаемых языках, однако, это не просто умение вести коммуникацию, но и обладание информационными и интеллектуальными потребностями, способностями и компетенциями, которые позволяют ей успешно действовать в условиях межкультурного пространства.

Многоязычные дети опережают своих сверстников в развитии умственных способностей, мыслительных процессов, так как изучение языков тренирует память, логику, мышление, восприятие. Важно подчеркнуть, что дети владеющие несколькими языками, с раннего возраста обладают умениями самостоятельного анализа и умозаключения, а также приобщаются к культурным наследиям народов изучаемых языков, поскольку язык является отражением быта, традиций и обычаев своего народа. При столкновении с фактом другой культуры ребенок оказывается в определенной ситуации как системе взаимоотношения, когда он ищет не только способы общения, но способы понимая, что в дальнейшем способствует установлению отношений взаимопонимания. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что полиязычная личность ребенка это носитель не только нескольких языковых систем, но и истории и культуры языка. Поскольку именно в детстве протекает благоприятный период освоения языков, закладываются основы отношения к своей к другим этническим группам, особую значимость приобретает изучение условий формирования полиязычной личности ребенка в дошкольном образовательной заведении Республики Крым.

Наибольшего успеха в достижении сбалансированного многоязычия, можно достичь в случае создания благоприятных условий, подобных условиям усвоения родного языка в естественной среде. Создание такой среды составляет основу мультилингвального обучения.

Мультилингвальное обучения – это обучение, создающее равные условия для соизучения нескольких языков, при помощи использования моделей мультилингвального обучения. Что касается детского сада Республики Крым, то следует обратить внимания на его поликультурное пространство, благодаря которому возможно изучение языков носителей имеющихся в этом пространстве (украинский, татарский, болгарский языки и др.). Работникам дошкольных учреждений для организации условий формирования мультилингвальной личности, необходимо разработать свои собственные стратегии языкового управления для создания многоязычной среды, а также модель мультилингвального обучения.

Создание мультилингвальной модели обучения способствует: сохранению культурного наследия малых народов; качественному изменению системы обучения языкам, как региональным, так и языкам международного общения; формированию мультилингвальной личности ребенка, отличающейся высокоразвитыми способностями, владеющей

несколькими языками (позволяющими ей вступать в успешный диалог с поликультурным миром, обладающей позитивным этническим самосознанием; и общероссийской идентичностью. Важную роль при создании модели формирования мультилингвальной личности ребенка играет, во-первых, изучение теоретических основ, раскрывающих роль мультилингвального обучения, его основы. Во-вторых, изучение методологических основ, который включают в себя выбор методов, подходов, принципов и форм работы в данном направлении. Немаловажную роль играют и современные технические средства обучения, учет психологических особенностей обучаемых. Также необходимо осуществлять адекватный отбор методик и программ мультилингвального обучения детей.

Формирование мультилингвальной личности должно быть построено таким образом, чтобы обучение основывалось не только на изучении фактов и явлений языка, но и чтобы знания культуры другой страны были включенными в процесс овладения языком как средством общения, должна присутствовать соотнесенность знаний с системой своих, личностных ценностей. Как показано в работе Пассова Е. И. «Основы коммуникативной теории и технологии иноязычного образования» учащиеся должны: иметь опыт отношения к фактам культуры, пережить их эмоционально, чтобы запомнить; уметь смотреть на поступки и отношения людей не только со своей позиции, но и с позиции чужой культуры; сопереживать представителям иной культуры; радоваться познаниям в чужой культуре; интерпретировать чужие ценности; видеть этимологическую связь между фактом культуры и словом, обозначающим его.

Формирование мультилингвальной личности ребенка, как лица владеющего несколькими языками а также знаниями культуры, изучаемого языка, предполагает создание в дошкольных образовательных заведениях адекватных и благоприятных условий обучения. Организация условий мультилингвального обучения предполагает учет выбора модели, принципов, методов, средств, подходов, отбор эффективных методик и программ.

#### **Использованные источники:**

1. Пассов, Е. И. Основы коммуникативной теории и технологии иноязычного образования: методическое пособие для преподавателей русского языка как иностранного / Е. И. Пассов, Н. Е. Кузовлева. – М.: Русский язык. Курсы, 2010. – 568 с.

*Макаренко В.С., к.г.н  
доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»  
Донской государственной технической университет*

*Россия, г. Ростов-на-Дону*

*Дробязин А.С.*

*студент*

*Донской государственной технической университет*

*Россия, г. Ростов-на-Дону*

*Русый Н.Ю.*

*студент*

*Донской государственной технической университет*

*Россия, г. Ростов-на-Дону*

*Makarenko V.S., Ph.D. (in Geography)*

*Don State Technical University*

*Russia, Rostov-on-Don*

*Drobyazin A.S.*

*student*

*Don State Technical University*

*Russia, Rostov-on-Don*

*Rusiy N.Y.*

*student*

*Don State Technical University*

*Russia, Rostov-on-Don*

**ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА УРОВЕНЬ КОММЕРЧЕСКОГО  
ОЖИДАНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА  
FACTORS AFFECTING THE LEVEL OF COMMERCIAL  
EXPECTATION IN THE HOSPITALITY INDUSTRY**

**Аннотация:** в статье рассматриваются факторы, влияющие на уровень коммерческого ожидания в индустрии гостеприимства, учитываются количественные и качественные характеристики гостиницы, рассматривается значимость отдельных факторов для выбора отдыха в различных гостиничных предприятиях.

**Annotation:** in the article the factors influencing the level of commercial expectations in the hospitality industry are considered, the quantitative and qualitative characteristics of the hotel are taken into account, the significance of certain factors for the choice of rest in various hotel enterprises.

**Ключевые слова:** коммерческое ожидание, гостиница, маркетинг, показатели, услуга, удобство.

**Keywords:** commercial waiting, hotel, marketing, performance, service, convenience.

Оценка ожиданий клиентов в сфере качества гостиничного обслуживания пока недостаточно раскрыта в профильных исследованиях. В частности, незначительна доля научных работ, основанных на опросах

туристов. В силу специфики такого феномена, как «туризм», туристы часто меняют гостиницы, посещая в каждой следующей поездке новые территории [1]. Эти «искатели новизны» ищут разные способы, чтобы обогатить свой опыт путешествий. В этой связи определенный уровень гостеприимства может играть ключевую роль для возникновения у туриста желания вернуться в ту или иную гостиницу.

В настоящее время в научной литературе в основном обсуждаются фундаментальные вопросы, связанные с определением гостеприимства в целом, в ущерб изучению гостеприимства в коммерческом контексте. При этом учебный словарь Macmillan Dictionary [3] содержит два различных, но связанных определения гостеприимства. Первый определяет гостеприимство как «дружелюбное и щедрое поведение по отношению к посетителям и гостям, предназначенное для того, чтобы «заставить их почувствовать себя желанными гостями» в то время как второе определение имеет другой аспект и с гостеприимством связывает: «продукты питания, напитки и развлечения, предоставленные клиентам компанией или организацией». Последнее определение больше конкретизирует услуги или товары в самой услуге.

Словарь также предложил определение для «корпоративного гостеприимства»: это – «развлечения предоставленные компаниями для своих клиентов, например на крупных спортивных мероприятиях, для того, чтобы получить больше выгоды» (в оригинале звучит как «...больше бизнеса (business)»). От подобного значения термина, в частности, отталкиваются в своей работе К. Лэшли и А. Моррисон [5]. Подобная трактовка гостеприимства «требует, чтобы гость чувствовал, что хозяин предоставляет гостеприимство через чувство щедрости, желание угодить искренним отношением к гостю как к личности».

Акцент на развитии исключительного качества отношений с гостями помогает гостиницам строить ценные, долгосрочные взаимосвязи с клиентами. Это привело к тому, что отельеры стали осознавать качество и ценность услуг, их влияние на удержание имеющихся и привлечение потенциальных клиентов. Поэтому, работники гостиничной индустрии, вслед за остальными отраслями сферы услуг пытаются обойти своих конкурентов и обеспечить более высокое качество продукта и обслуживания для привлечения постоянных клиентов в долгосрочном периоде.

Представленное в данной статье исследование ставит целью определить какие личностные и гостиничные факторы влияют на уровни ожидания коммерческого гостеприимства в сфере гостиничных услуг. Несмотря на неоспоримую актуальность подобного вопроса, нет надежной и действительной меры оценки, которую можно было бы использовать для определения качества гостеприимства.

В вышеупомянутой работе А. Моррисона и К. Лэшли гостеприимство (hospitality service) отражает радушие и гостеприимный характер, отталкиваясь от предоставленных услуг отеля. Помимо попытки исследовать

размерность гостиничного бизнеса, авторы также стремятся определить, какие пожелания туристов зависят от их личностных качеств, а какие определяются спецификой индустрии гостеприимства.

В результате реализация цели исследования осуществляется через 2 основные задачи. Первая задача состоит в определении роли базовых аспектов гостеприимства в системе гостиничных услуг. Вторая задача – исследовать влияние различных факторов на ожидаемый уровень гостеприимства в гостиничных услугах. Тут учитываются 6 личностных (субъективных) факторов: пол, возраст, уровень образования, национальность, доход и цель пребывания [2]. Рассмотрим базовые показатели гостеприимства, представленные в таблице 1.

Национальные стандарты оценки уровня отелей выходят далеко за пределы количества звезд [4]. В мире порядка 30 систем категорирования. Среди них обозначение класса отелей «коронами», буквами, баллами, словами, «ключами» и даже «бриллиантами», которые стали системой градации для Американской автомобильной ассоциации.

Альтернативный знак, в отличие от звезд, свидетельствующих о наличии неких обязательных удобств, – гарант удовлетворения потребностей, важных для определенного круга клиентов, не готовых переплачивать за ненужную роскошь. Так, глядя на количество «бриллиантов», дальнобойщики в США заранее знают о наличии телевизора, удобной парковки, кровати и стоимости услуг. В Китае, отталкиваясь от альтернативной категории, можно сделать выбор в пользу местного колорита или же интернационального стандарта.

Таблица 1. – Характеристика количественных и качественных услуг гостиничного предприятия.

Показатели	Проявление в сфере гостеприимства
1	2
Лояльность потребителя услуг	Высокий уровень качества способствует высокому уровню удовлетворения потребителей, формирует лояльность потребителей услуг. Потребительская лояльность – основа для получения высокой прибыли и стабильного роста.
Доля на рынке	Лояльные потребители услуг обеспечивают рост доли предприятия гостиничного предприятия на региональном рынке. Так, реклама способствует появлению новых потребителей, таким образом, увеличивая конкурентоспособность предприятия.
Дивиденды для инвесторов	Исследования показывают, что предприятия гостиничного хозяйства, для которых характерен высокий уровень качества услуг, являются прибыльными, поэтому наблюдаются тенденции Вложение финансовых средств в акции успешных предприятий.
Лояльность сотрудников	Работники, которым присуща высокая корпоративная культура, как правило, лояльны и работают более продуктивно. Кроме того, на таких предприятиях практически отсутствует текучесть кадров.

Уровень расходов на удовлетворение потребностей потребителей	Высокий уровень качества услуг означает, что предприятие имеет сравнительно незначительные затраты на исправление ошибок и возврат средств в случае требований неудовлетворенных услугой потребителей. Избежание ошибок повышает производительность и снижает затраты, связанные с предоставлением услуг.
Ценовая конкуренция	Предприятия гостиничного хозяйства, которые предоставляют услуги высокого качества, обычно имеют высокие цены, поскольку их уровень услуг и ассортимент отличаются в выгодную сторону от конкурентов. Эти предприятия почти не участвуют в ценовой конкуренции.

Таким образом, совокупность факторов (внутренних и внешних, субъективных и объективных) является движущим массивом для выбора туриста той или иной гостиницы. Каждый из исследуемых факторов по своему важен, но определяющими стоит признать разностороннюю профилированность по отношению к клиентам, лояльность, комфортность, качество сервиса, надежность, долговечность.

#### **Использованные источники:**

1. Глобализация // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Глобализация>, (дата обращения: 19.12.2017).
2. Основные факторы, влияющие на принятие решения при выборе отеля // PROHotelia. URL: <http://prohotelia.com/2017/05/factors-determining-hotel-selection/>, (дата обращения 19.12.2017).
3. Macmillan Dictionary. Словарь. URL: <http://www.macmillandictionary.com>, (дата обращения: 19.12.2017).
4. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. Учебное пособие. – М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 304 с.
5. Conrad Lashley, Alison Morrison. In Search of Hospitality. URL: <https://bookmix.ru/book.phtml?id=449590>, (дата обращения: 19.12.2017)

*Маслов Д.В.*  
*студент 2 курс, магистрант*  
*кафедра «Анализа систем и принятия решений»*  
*ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет им. первого*  
*Президента России Б.Н.Ельцина»*  
*Россия, г. Екатеринбург*  
*Научный руководитель:*  
*Берг Д.Б., доктор физико-математических наук*  
*профессор*  
*Maslov D.V.*  
*student 2 year*  
*MA student of Academ.Department*  
*of Systems Analysis and Decision Making*  
*Ural Federal University*  
*Russia, Ekaterinburg*  
*Supervisor: Berg D.B.*  
*Doctor of Physical and Mathematical sciences, Professor*

## **МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ЧЕРЕЗ E-MAIL РАССЫЛКУ**

**Аннотация:** *Рассматриваются основные конкуренты российского и западного рынка по использованию электронной рассылки в качестве канала продвижения. Составлены диаграммы бизнес-процессов e-mail рассылки с стандартным их описанием.*

**Ключевые слова:** *бизнес-процессы; моделирование; оптимизация, продвижение, электронная рассылка.*

**Annotation:** *The main competitors of the Russian and Western markets on the use of electronic mailing as a promotion channel are considered. The diagrams of business processes of e-mail distribution with their standard description are made.*

**Key words:** *business processes, modeling, optimization, promotion, e-mailing.*

Объектом исследования является система продвижения высшего ИТ-образования на примере кафедры анализа систем и принятия решений ВШЭМ УрФУ. Предметом исследования выступают методические рекомендации по совершенствованию данной системы.

Актуальность работы обуславливается тем, что многие абитуриенты узнают новости и прочую информацию через смартфон или любого другого мобильного устройства. И в большинстве своём случаев каждый, умеющий пользоваться как компьютером, так и смартфоном, имеет хотя бы одну электронную почту.

Практическая значимость работы заключается в том, что результаты исследования можно внедрить в использование на кафедре анализа систем и принятия решений ВШЭМ УрФУ. Постепенно, о программах «Бизнес-

информатика» и «Прикладная информатика» будет знать более обширный сегмент абитуриентов и студентов, что повлияет на рост популярности этой специальности.

### **Формирование требований и выбор сервиса рассылок**

Как варианты для создания рассылки были рассмотрены следующие сервисы: Smart responder, UniSender, Subscribe.Ru, Constant Contact.

Каждый из рассмотренных сервисов имеет свои индивидуальные преимущества и недостатки. При сравнении сервисов учитывались следующие характеристики: стабильность, удобство, интерфейс, функции, возможности. При оценке этих параметров предполагалось, что пользоваться и управлять системой, должен человек без специальных знаний в области программирования.

Функциональность рассылок. Наличие различного количества встроенных возможностей:

- бесплатная версия позволяет иметь базу подписчиков до 1 000 человек;
- бесплатная версия даёт рассылать 50 000 писем в месяц;
- платная версия позволяет иметь базу подписчиков до 10 000 человек;
- платная версия даёт рассылать 150 000 писем в месяц;
- рассылка позволяет использовать счетчики, то есть подсчитывать, сколько человек подписалось из вашего сайта или источника №1 или баннера на сайте и т.д.;

- наличие красочных встроенных HTML шаблонов писем;
- интуитивный интерфейс;
- возможность планирования рассылок писем;
- возможность импорта списка адресов;
- наличие функции опроса подписчика;
- полные статистические отчеты за определенный период – о том, как строятся ваши подписные списки, и о том, как происходит доставка писем по вашим спискам рассылок.

Система рассылки должна поддерживать встраиваемость форм для подписки в различные виды сайтов. Вместе с тем, все переходы и регистрация подписчика с каждого конкретного сайта подсчитывается специальными счетчиками.

Технические характеристики:

- стабильность и устойчивость к нагрузкам;
- увеличение количества подписчиков без затруднений;
- доступ к аккаунту в любое время;
- оперативность – письма доставляются всегда в срок;
- переносимость – база подписчиков может быть экспортирована и импортирована;
- возможность вести несколько рассылок параллельно.

Безопасность (администрирование) – возможность многопользовательского доступа к системе.

Рассмотрим основных конкурентов российского и западного рынка.



Constant Contact – ведущий американский сервис email-маркетинга, онлайн-опросов и событийного маркетинга, который позволяет небольшим компаниям и организациям создавать профессиональные почтовые рассылки и проводить онлайн-опросы для изучения мнения потребителей. Основан в 1998 году, аудитория сервиса на данный момент – более 450000 клиентов.

Smart Responder – отечественный сервис почтовых рассылок, основанный в 2002 году. На данный момент сервис является одним из самых популярных решений в области автоматизации email-маркетинга для малого и среднего бизнеса в Рунете.

Subscribe.Ru – детище петербургской компании ЗАО «Интернет-проекты». Служба основана в 1999 году. Число подписчиков на данный момент превышает 5000000, число подписок – более 50000. По числу распространяемых электронных писем служба является первой в России и входит в двадцатку крупнейших служб почтовых рассылок в мире.

UniSender, самый молодой сервис в обзоре — это отечественный проект, основанный в 2008 году.

*Общие характеристики.* Начнем с того, что наиболее актуально для русскоязычных пользователей – наличия русскоязычного интерфейса и технической поддержки на русском языке. Все эти возможности предоставляют три из четырех рассматриваемых сервисов – UniSender, Smart Responder и Subscribe.Ru. Также стоит отметить, что эти сервисы позволяют работать с юридическими лицами с оформлением всех необходимых документов.

Сервис Constant Contact не обладает ни одной из этих возможностей.

*Бесплатный доступ.* Каждый из сервисов предоставляет возможность бесплатного доступа, но при этом на пользователя накладываются различные ограничения.

Наиболее удобные и демократичные условия предлагают UniSender и Smart Responder.

UniSender можно пользоваться совершенно бесплатно, если число подписчиков не превышает 100, а количество отправляемых писем – 1500 в месяц. Если же число подписчиков от 100 до 500, а количество отправляемых писем – не более 7500 в месяц, возможностями сервиса все еще можно пользоваться бесплатно, но в каждое письмо придется включить логотип сервиса и уведомление о его использовании. Точно такую же информацию придется разместить и на своем сайте.

В SmartResponder количество подписчиков в бесплатном пакете ограничено тысячей, а число отправляемых писем – 50000 в месяц. Однако есть и существенные ограничения: запрещено использование вложений.

В Constant Contact можно создать пробный аккаунт сроком на 60 дней с ограничением пользовательской базы в 100 контактов. После окончания пробного периода можно продолжить работу с текущей базой контактов на платном аккаунте.

В Subscribe.Ru также есть возможность создания бесплатных рассылок. Существует три категории рассылок – «Бронзовая», «Серебряная» и «Золотая» (категории назначаются администрацией сервиса исходя из потенциального интереса рассылки для пользователей), однако во всех этих случаях вы лишены возможности управлять своей пользовательской базой и по сути дела навсегда привязываетесь к Subscribe.ru.

Возможность оплаты электронными деньгами. Большинство сервисов — UniSender, Smart Responder и Subscribe.Ru, — позволяют оплачивать услуги электронными деньгами — поддерживаются Webmoney и Яндекс.Деньги. Сервис же Constant Contact принимает к оплате только банковские карты.

*Реклама сервиса в сообщениях.* Рекламная информация о сервисе рассылок является неотъемлемой частью электронных сообщений в Subscribe (присутствует в огромных количествах).

Поэтому здесь предпочтение стоит отдать Smart Responder, UniSender или Constant Contact – в этих сервисах реклама в рассылке отсутствует полностью.

SMS-рассылка – отличное дополнение к почтовой (при обязательном условии, что она законна, конечно же). Среди рассматриваемых сервисов она представлена в двух вариантах – у UniSender и Subscribe. SMS-рассылка от Unisender предоставляет поддержку более 900 операторов в 200 странах мира, в каждом аккаунте бесплатно предоставляются возможность использования любого номера в качестве номера отправителя, неограниченный размер SMS-сообщения и возможность планирования рассылки на любое удобное время. Для использования SMS-рассылки интернет-магазинами предоставляется API. SMS-рассылка Subscribe может привлечь схожим функционалом и дешёвыми ценами — при соответствующих объёмах, стоимость SMS опускается до 23 копеек.

*Сбор статистики.* Статистика рассылок доступна во всех четырех сервисах, однако в Subscribe.Ru она предоставляется только пользователям платных аккаунтов.

*Резюме.* Итак, если база подписчиков небольшая, практически любой сервис можно использовать бесплатно. Особенно можно выделить Smart Responder и UniSender, так как они позволяют создать эффективную рассылку для небольшой базы контактов (1000 и 500 пользователей соответственно) на хороших условиях. Если говорить об импорте готовой базы контактов в бесплатной версии, в данном варианте Smart Responder не уступает UniSender. К плюсам UniSender можно так же отнести возможность SMS-рассылок.

Constant Contact ограничен 100 пользователями, а время использование ограничено 2 месяцами, что является не самым удобным решением в бесплатном варианте.

Subscribe.Ru является не самым удобным сервисом, который предоставляет минимальный уровень комфорта и имеет целый ряд

ограничений. Тем не менее, данный сервис очень популярен и имеет огромную базу подписчиков, возможно, поэтому данный сервис является таким недружелюбным.

### **Функциональное моделирование бизнес-процессов**

Объектом анализа является рассылка, работающая на сервисе Smart responder. Для построения оптимальной информационной системы его работы, необходимо учесть спектр подписчиков.

В комплекс информационной рассылки входит:

- работа с системой;
- работа с подписчиками;
- работа с меню;
- работа с материалами;
- работа с компонентами рассылки;
- работа с данными;
- работа со справочной информацией.

Диаграмма «контекстная диаграмма «разработка рассылки» (A0) представлена на рисунке 1. Основной является разработка рассылки.

AllFusion ERwin Data Modeler (ранее ERwin) — CASE-средство для проектирования и документирования баз данных, которое позволяет создавать, документировать и сопровождать базы данных, хранилища и витрины данных. Модели данных помогают визуализировать структуру данных, обеспечивая эффективный процесс организации, управления и администрирования таких аспектов деятельности предприятия, как уровень сложности данных, технологий баз данных и среды развертывания.

Поддерживает сразу три стандартные нотации — IDEF0 (функциональное моделирование), DFD (моделирование потоков данных) и IDEF3 (моделирование потоков работ). Эти три основных ракурса позволяют описывать предметную область более комплексно.

IDEF0 — Function Modeling — методология функционального моделирования и графическая нотация, предназначенная для формализации и описания бизнес-процессов. Отличительной особенностью IDEF0 является её акцент на соподчинённость объектов. В IDEF0 рассматриваются логические отношения между работами, а не их временная последовательность (WorkFlow). Функциональное моделирование выполнено по стандарту IDEF0.

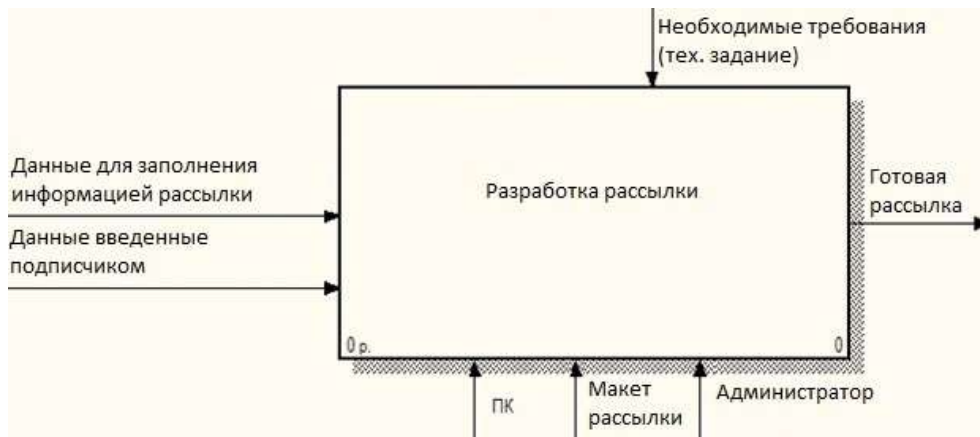


Рисунок 1 - Контекстная диаграмма «разработка рассылки»

На рисунке 2 приведена декомпозиция первого уровня.

Декомпозиция первого уровня содержит следующие функции:

- работа с системой Smart Responder;
- работа с подписчиками;
- работа с меню;
- работа с материалами;
- работа с компонентами;
- работа с данными;
- работа со справочной информацией;
- работа системы рассылки.

Проведем декомпозицию функции «работа с данными» (рисунок 3).

Декомпозиция функции «работа с данными» должна содержать следующее: работа обработки данных, работа управления данными, работа менеджера списка, работа менеджера шаблонов, работа менеджера языков.

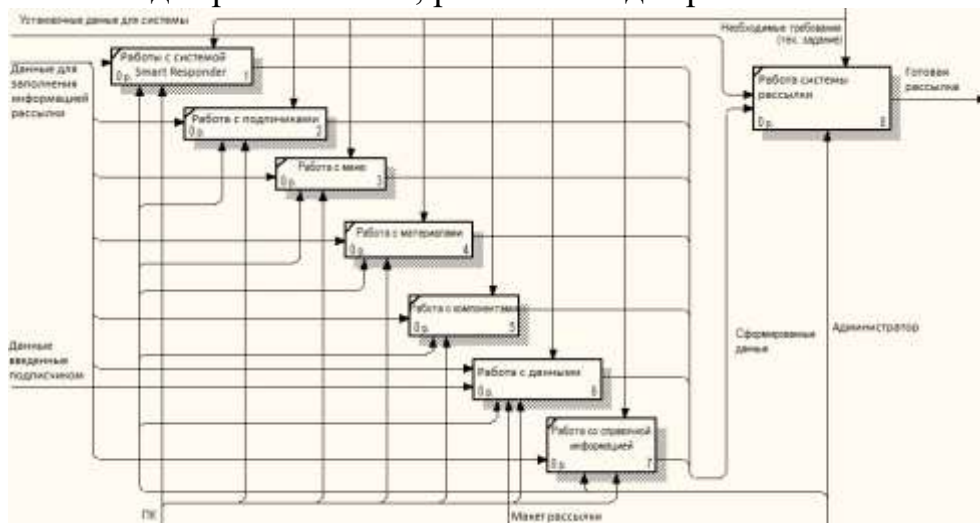


Рисунок 2 - Диаграмма декомпозиции первого уровня

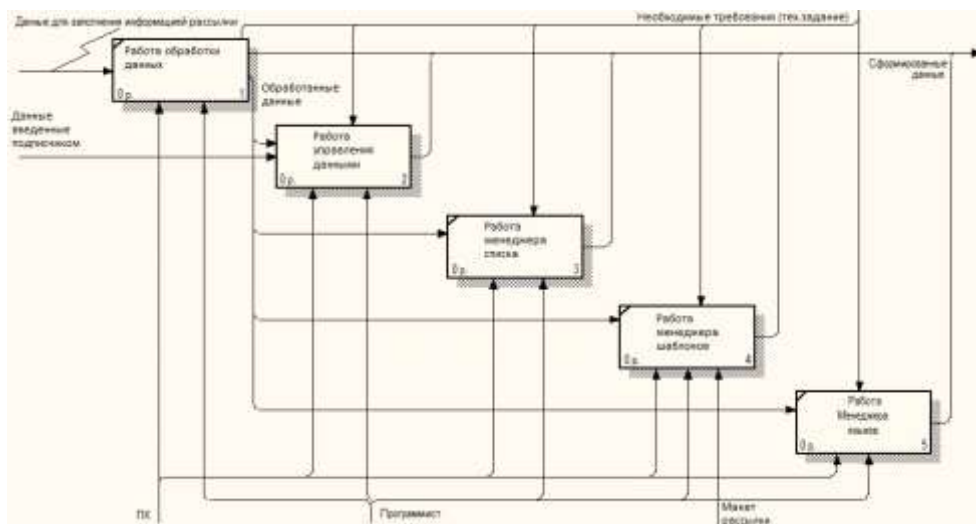


Рисунок 3 - Диаграмма декомпозиции функции «работа с данными»

Проведем декомпозицию функции «работа управления данными» (рисунок 4). Декомпозиция функции «работа управления данными» должна содержать следующее: работа обратной связи, работа календаря для просмотра запланированных событий, работа вывода новостей, работа меню.

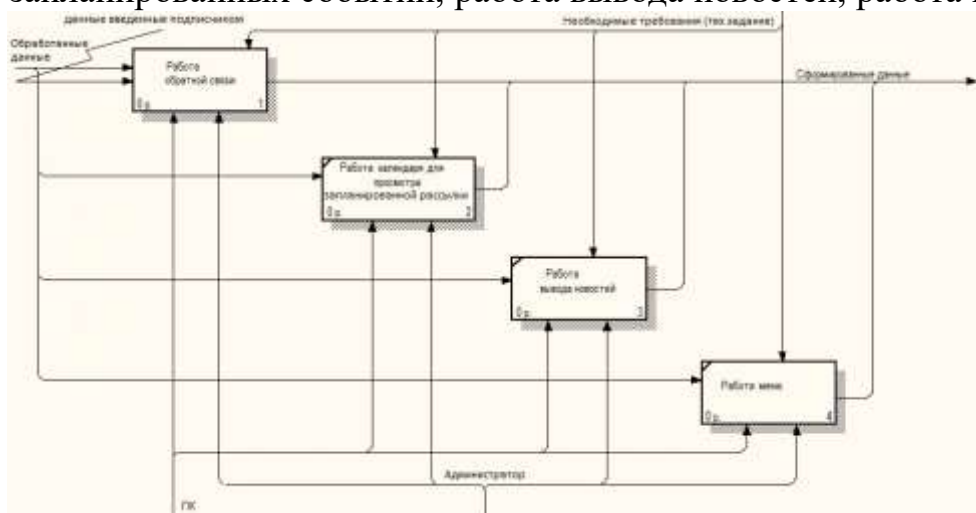


Рисунок 4 - Диаграмма декомпозиции функции «работа управления данными»

### Заключение

Среди всех способов доставки информации до целевой аудитории были выбрана рассылка по электронной почте, потому как, веб-сайт и социальная сеть Вконтакте уже функционировали и уже были внедрены. Тем не менее, электронная почта, как канал доставки, является самими удобным методом коммуникации с абитуриентами и студентами, так как высокий процент молодого возраста используют эти каналы ежедневно.

Была достигнута цель исследовательской работы: разработка моделей продвижения через e-mail рассылку. Одним из основных плюсов, является возможность использования рассылки человеком, не имеющим глубокие

знания в программировании или иных дисциплинах, достаточно знаний обычного пользователя компьютера.

Многие компании взяли на «вооружение» этот мощный инструментарий, а значит, использование сервиса e-mail рассылки является весьма актуальным на сегодняшний день. Компания, использующая новые технологии имеет больше преимуществ, нежели компании, пользующиеся лишь обычными, традиционными технологиями.

#### **Использованные источники:**

- 1.Каталог социальных сетей [Электронный ресурс] – URL: <http://www.social-networking.ru/soccat>. (дата обращения: 03.05.2017).
- 2.Колокольцева, О. В. Социальная реклама : Учебное пособие [текст] / О. В. Колокольцева. Саратовский государственный социально-экономический университет: Саратов, 2004, 108 с.
- 3.Маркетинг в компьютерных сетях: Учебник [текст] / Панкрухин А.П. ДМК Пресс, 2006, 165.
- 4.Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: Учебное пособие [текст] / под ред. Л.А. Данченко. СПб.: Питер, 2013, 288 с.
- 5.Маркетинговые коммуникации: Учебник [текст] / Кметь Е.Б. Владивосток: Дальрыбвтуз, 2006, 99 с.
- 6.Принцип электронного бизнеса. О фантазерах, мистиках и реалистах. Идея и способ функционирования новой экономики: Учебник [текст] / Пер. с англ.: В. Рубцов, М.В. Грачева. М.: Изд. дом «Открытые системы», 2006, 45 с.
- 7.Путь успеха: Как работает корпорация IBM: Учебник [текст] / Роджерс (Бак) Ф.Дж. / Пер. с англ. СПб.: Азбука-Терра, 2007, 256 с.
- 8.Реклама в Public Relations в сети Internet: Учебник [текст] / Гринфельд М., Кенигфест Г, 2006, №4.
- 9.Реклама в Internet: тонкости, советы, примеры и способы работы: Учебник [текст] /Высоткин А. М.: Пресс, 2006, 52 с.
- 10.Рекламная деятельность: :Учебник [текст] / Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К. М.: Издательство-торговая корпорация «Дашков и К», 2006, 95 с.

*Назаренко А. Я.*  
*старший преподаватель кафедры*  
*тактико-специальной подготовки*  
*подполковник полиции*  
*ВФ ФГКОУ ВО РЮИ МВД России*  
*Россия, г. Волгодонск*  
*Nazarenko A. Ya.*  
*senior lecturer of the department*  
*tactical-special training*  
*lieutenant colonel*  
*VF FGKOU IN THE RYI OF THE MOI OF RUSSIA*  
*Russia, Volgodonsk city*

**СОЦИАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ ДОРОЖНО-ТРАНСПОРТНЫХ  
ПРОИСШЕСТВИЙ**

**THE SOCIAL MECHANISM OF ROAD TRANSPORT ACCIDENTS**

**Аннотация.** *В данной статье рассматриваются проблемные вопросы и обстоятельства возникновения дорожно-транспортных происшествий в Российской Федерации. Автор уделяет особое внимание важности снижения угроз влияющих на безопасность дорожного движения. Так же в статье представлены некоторые пути решения поставленной проблемы.*

**Annotation.** *This article examines the problems and circumstances of the occurrence of road accidents in the Russian Federation. The author pays special attention to the importance of reducing threats to road safety. Also in the article some ways of solving the problem are presented.*

**Ключевые слова:** *дорожное движение, дорога, дорожно-транспортное происшествие.*

**Key words:** *road traffic, road, road traffic accident.*

Социально-экономическое значение проблемы безопасности дорожного движения в России особенно возросло за последние 15 – 20 лет. Это выразилось активным увеличением парка автомобилей и других транспортных средств, повышением усиленности дорожного движения, его затруднительностью, а так же последовательным в течение длительного времени ростом дорожно-транспортных происшествий их жертв в большей степени по причине нарушений правил дорожного движения.

Дорожно-транспортные происшествия возникают в ходе движения, и для их возникновения обстоятельства, характеризующие внешнюю среду и окружающую обстановку, всегда имеют важнейшее значение.

К объективным условиям всегда относятся обстоятельства, мало зависящие от воли и сознания субъекта. В их число входят «производительные» силы, экономические и другие социальные отношения, политические и правовые институты, материальная культура общества, демографические процессы».

Организация работы по сокращению дорожно-транспортных происшествий не выполнима без детального изучения совокупности условий, оказывающих на нее влияние. При этом важнейшее значение заслуживают те условия, которые воздействуют на человека, снижают бдительность водителей.

Дорожно-транспортные происшествия невозможны без дорожного движения, для которого, в свою очередь всегда имеет особое значение фактические условия, объективная обстановка, в которой оно протекает. Состояние транспортного средства и дороги, наличие средств регулирования и информации, действия других участников дорожного движения - эти и целый ряд иных обстоятельств могут решающим образом сказаться на процессе дорожного движения. Они komponуют объективные условия и факторы, которым должен соответствовать режим движения (его направление, скорость и другие качества). Режим движения не может быть безучастным к этим условиям и факторам, а значит, последние в свою очередь не могут занимать нейтрального положения по отношению к процессу дорожного движения.

В целях обеспечения безопасности водитель обязан определенным образом согласовывать свои действия с поведением других участников движения и принимать при необходимости соответствующие меры предосторожности. Их взаимные права и обязанности регламентируются Правилами дорожного движения. Соблюдение изложенных в Правилах требований и служит одним из главных условий, гарантирующим правопорядок, предупреждающим дорожные эксцессы. Отступление же от этих требований непосредственно создает угрозу безопасности и при определенных обстоятельствах может повлечь наезд на пешехода, столкновение транспортных средств или иное дорожно-транспортное происшествие. Предмет объективной обстановки, в которой происходит движение, находятся в вечном взаимодействии и проявляются в различных сочетаниях, но при всей многогранности они имеют допустимый характер. Это существенно облегчает изучение их неслучайности, определяет типичные ситуации, устанавливает пути и меры предупреждения негативного влияния объективных условий и факторов на безопасность дорожного движения. В то же время здесь часто происходит и случайное.

Правила дорожного движения потерпели значительную перестройку. Одна их причин регулярного пересмотра и обновления Правил - потребность включения в них более новых норм, отражающих, в частности, достижения научно-технического прогресса в этой области.

Роли организационных мероприятий, выступающих в роли факторов, предупреждающих дорожно-транспортные происшествия, весьма велики. Они имеют определенные преимущества перед техническими, экономическими мерами, и не нуждаются в капиталовложениях и реализуются в минимальные сроки широко и даже повсеместно. Организационные мероприятия оказывают существенное влияние на



создание, производство технических средств по усовершенствованию дорожных условий и конструкции транспорта, на решение вопросов, связанных с участниками дорожного движения.

Третьи лица оказывают влияние на состояние транспортных средств и дорог. От того, насколько полно и добросовестно и надлежащим образом исполняют служебные обязанности должностные лица и ремонтные рабочие транспортных предприятий, зависит эксплуатационное состояние автомобилей (и других транспортных средств), их надежность и т.п. Должностные лица и ремонтные рабочие, занимающиеся содержанием дорог, могут в свою очередь в должной мере ухудшить или улучшить условия движения.

Таким образом, влияние третьих лиц на создание опасной ситуации, аварийной обстановки может заключаться в их отрицательном воздействии на другие объективные условия и факторы, с которым связан процесс дорожного движения. Речь идет о состоянии транспортного средства и о дорожных условиях, об оставлении на проезжей части посторонних предметов, о повреждении средств регулирования и т.п.

В этих случаях в качестве объекта опасности выступает не само третье лицо, а результаты его деятельности, опосредованные его действиями изменения в объектах внешнего мира.

Как видим, список объективных условий и факторов, содержащихся в причинно-следственной связи дорожно-транспортных происшествий, весьма обширен и изменчив. Вне их влияния невозможны ни одно дорожно-транспортное происшествие, ни один проступок. Они проявляют себя независимо от субъекта дорожно-транспортного происшествия, действуют вопреки его воле. Однако субъект и объективные факторы (за исключением тех, которые невозможно было предвидеть) представляют собой взаимодействующую систему, которая ставит вопрос об ответственности виновных лиц.

Сокращение дорожно-транспортных происшествий это целенаправленное влияние на процесс дорожного движения для обеспечения безопасности участников дорожного движения путем устранения не только причин но и условий способствующих возникновению дорожно-транспортных происшествий. Правовое поле деятельности носит основной характер путем изменения правил дорожного движения и ужесточения мер административного воздействия но необходимо не только к водителям но и к пешеходам, а так же к третьим лицам в результате действий которых возникают дорожно-транспортные происшествия. Особое внимание следует уделить сфере улично-дородной сети которая на прямую влияет на причины дорожно-транспортных происшествий и тяжесть их последствий.

*Нуриева А.Р.*

*ассистент*

*Елабужский институт КФУ*

*Россия, г. Елабуга*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАРОДНЫХ ИГР В РАЗВИТИИ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА**

**Аннотация.** *В статье рассматривается проблема развития творческих способностей у детей дошкольного возраста. Актуализируется задача образовательных учреждений формировать у детей таких качеств, как изобретательность, инициативность, креативность, предприимчивость, решительность. В ходе организации и проведения народных игр определены образовательное и воспитательное значение народных игр.*

**Ключевые слова.** *Развитие, способности, творчество, народные игры, значение игр, дошкольное образование, возраст, качества, свойства, самостоятельность, активность, познание.*

*Nuriyeva A.R.*

*assistant*

*Yelabuzhskiy institut KFU*

*Russia, Yelabuga*

## **THE USE OF PEOPLE GAMES IN THE DEVELOPMENT OF CREATIVE CAPABILITIES OF CHILDREN OF PRESCHOOL AGE**

**Annotation.** *The article deals with the development of creative abilities in preschool children. The task of educational institutions to form children in such qualities as ingenuity, initiative, creativity, enterprise, determination is actualized. The authors draw attention to the importance of folk games. During the organization and conduct of folk games, the educational and educational significance of folk games has been determined.*

**Keywords.** *Development, abilities, creativity, folk games, the importance of games, preschool education, age, qualities, qualities, independence, activity, cognition*

Мы уверены, что развивая творческие способности у детей, воспитываем в них творческую интерпретацию окружающего мира, самостоятельности и активности в познании, которые в будущем помогут в достижении серьёзных перемен в обществе и жизни в целом. В ФГОС дошкольного образования одной из важнейших задач является раскрытие творческого потенциала каждого ребёнка, развитие его индивидуальности, создание оптимальных условий для обогащения жизненного опыта и личностного роста, развития творческих способностей.

Перед современным образовательным учреждением стоит задача формировать у детей таких качеств, как изобретательность, инициативность, креативность, предприимчивость, решительность. Развитие творческих способностей начинается еще в детстве, поскольку в этот период дети

открыты всему новому, любознательны, способны импровизировать, позитивно относятся к взрослому, который выступает образцом для подражания, полны желания создавать собственный творческий продукт.

Ученые и педагогик подчеркивают важность использования различных элементов педагогического наследия народа в воспитании детей, значимость прогрессивных народных традиций в раскрытии творческого потенциала дошкольников. Народные игры являются эффективным средством всестороннего развития детей, формируют у них положительное отношение к физической культуре, способствуют развитию выдумки, фантазии, воображения.

В народной игре сочетаются действие, музыка, текст, в ней заложены вековые представления о достоинстве, чести, порядочности, взаимоотношении сильных и слабых, младших и старших. Она неразрывно связана с жизнью человека любой национальности, поэтому, обращаясь к народной игре, сохраняя и возрождая её для новой жизни, мы можем установить связь между культурой прошлого и нынешнего, творчески усвоить мудрые истины, воспитать гармоничную личность. Народная игра – важнейшая школа жизни, она способствует вовлечению человека в жизнь социума. Игра помогает ощутить человеку себя частью большого целого – народа. Сейчас, когда мы заботимся о возрождении народного самосознания, возвращаемся к опыту прошлого, невозможно обойти вниманием народную игру, которая является важнейшей частью этого опыта.

Особое значение народных подвижных игр заключается в том, что они широко доступны детям самого разного возраста. Для развития творческих способностей дошкольников нами была подобрана и реализована система народных игр, которая включала в себя следующее: проведение народных игр с детьми на прогулке; включение народных подвижных игр в физкультурные занятия; проведение утренней гимнастики в форме народной игры; проведение физкультминуток в форме народных игр; включение народных игр в физкультурные досуги и спортивные праздники.

В процесс использования народных игр, мы старались всех детей включить в игровой процесс. Естественно, это было довольно трудно сделать, так как многие дети испытывали страх перед игрой, боялись неудачи. Поэтому в процессе игр большое внимание уделялось развитию навыков сотрудничества, поддержки, коллективизма. Активных и деятельных детей мы иногда просили уступить главные роли тихим и робким участникам. Неактивные дети боялись выступить в роли ведущего, взять на себя главную роль, затем, по мере вхождения в игру у этих детей начинали проявлять уверенность и самостоятельность, одновременно пришел и успех.

В ходе организации и проведения народных игр было замечено, что подвижные игры вырабатывают у детей сосредоточенность внимания при запоминании движений, точность движений и ориентировки в окружающей обстановке, ловкость и скорость движений, умение выполнять движения в

одном темпе с коллективом, волевые качества: выдержку, смелость, умение преодолеть трудности, умение не уклоняться от правил, переживать поражение и победу, умение выслушивать замечания и корректировать свои движения.

Мы достигли следующих результатов: обогатилось содержание двигательной активности народными подвижными играми; у детей появился устойчивый интерес к традициям и культуре народов; происходило развитие и проявление творческих способностей детей; повысился уровень самостоятельности, оригинальности творческих проявлений ребёнка в создании новых и видоизменённых прежних игр; у детей появилась потребность к созданию самостоятельных игр.

Как показало исследование, с помощью народных игр развиваются творческие способности детей. Народные игры являются незаменимым средством воспитания подрастающего поколения. Использование игр в определенной системе и в сочетании с другими средствами обеспечивает высокую эффективность воспитания необходимых черт характера детей.

#### **Использованные источники**

1. Скобелева М. Подвижные игры народов России. // Дошкольное воспитание. - 2016. - № 10. - С.30-32.
2. Стрельникова Н. // Дошкольное воспитание. - 2016. - № 9. - С.31-33.
3. Степаненкова Э. Подвижные игры как средство гармоничного развития дошкольников // Дошкольное воспитание. 2005.- № 12. – С. 23-25.
4. Тулузакова Л.В., Авилова С.И. Народная педагогика как неисчерпаемый ресурс воспитания // Молодой ученый. - 2016. - №17.-С. 178-180.

*нуриева А.Р.*

*ассистент*

*Елабужский институт КФУ*

*Россия, г. Елабуга*

## **НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТРАДИЦИИ В ВОСПИТАНИИ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА**

**Аннотация.** *В данной статье рассматривается вопрос о воспитании детей старшего дошкольного возраста на основе народных традиций. Авторы обращают внимание на то, что учителя, родители стараются добиться у детей освоения ими духовного богатства, культурно-исторического опыта своего народа, создаваемого веками огромным количеством поколений. Анализируются результаты исследования особенностей приобщения детей дошкольного возраста к национальным традициям.*

**Ключевые слова.** *Игра, традиции, самосознание, культура, народ, ценности, духовность, понимание, знание, поколение, национальность.*

*Nurieva A.R.*

*assistant*

*Elabuga Institute of CFU*

*Russia, Elabuga*

## **NATIONAL TRADITIONS IN EDUCATION OF CHILDREN OF THE SENIOR PRESCHOOL AGE**

**Annotation.** *This article considers the issue of raising children of senior preschool age on the basis of popular traditions. The authors draw attention to the fact that teachers and parents try to get the children to master their spiritual wealth, the cultural and historical experience of their people, created for centuries by a huge number of generations. The results of the study of the peculiarities of familiarizing children of preschool age with national traditions are analyzed.*

**Keywords.** *Game, traditions, self-awareness, culture, people, values, spirituality, understanding, knowledge, generation, nationality.*

Одной из важнейших задач развития личности ребёнка дошкольного возраста является освоение им духовного богатства, культурно-исторического опыта народа, создаваемого веками громадным количеством поколений. Мы уверены, что важно остро ставить проблему воспитания уже с дошкольного возраста средствами национальной и, прежде всего, народной культуры, которая является первым шагом в освоении богатств мировой культуры, общечеловеческих духовных ценностей. Дети должны хорошо знать традиции национальной культуры, осознавать и активно участвовать в возрождении национальной культуры; реализовать себя. Ни одно поколение не обходилось и не обходится без опоры на традиции предшествующих поколений, которые воспринимает с учетом задач, потребностей, интересов и условий своего времени.

Нами проведено исследование особенностей приобщения детей дошкольного возраста к национальным традициям в старшей группе. Чтобы диагностировать знания и понимания детьми старшего дошкольного возраста национальных традиций были составлены следующие задания: диагностика понимания детьми произведений декоративно-прикладного творчества русского и татарского народов; оценка знания и понимания национальных праздников русского и татарского народов; оценка знаний произведений музыкального фольклора; оценка знаний и применения народных игр.

Исходные критерии определялись наличием представлений о национальных традициях, народном творчестве, интереса к нему, реализации имеющихся представлений в сочетании с другими видами деятельности. Основанием для их характеристики послужили следующие показатели: правильность и полнота представлений о традициях, фольклоре русского и татарского народа; наличие интереса к традициям и фольклору; проявлением на этой основе ценностных идеалов, гуманных чувств, нравственных отношений к окружающему миру и сверстникам.

Воспитателями были выделены уровни развития у дошкольников представлений о народных традициях: высокий, средний, низкий. Высокий уровень развития (9-12 баллов) характеризуется общими представлениями об особенностях национальных традиций народа; наличием интереса к традициям, музыкальному фольклору, проявлением гуманных чувств, нравственных норм в отношении к сверстникам. Средний уровень развития (4-8 баллов) характеризуется правильными, но в значительной степени поверхностными впечатлениями о народном творчестве одного народа, неустойчивостью интереса к традициям, фольклору народов, отсутствием мотивации к занятиям народным искусством; проявлением гуманных чувств, но не всегда умением адекватно реагировать на нравственные нормы, взаимоотношения между людьми. Низкий уровень (0-3 балла) характеризуется неумением отличать народные традиции своего народа, отсутствием интереса к традициям, музыкальному фольклору народов, неумением проявлять гуманные чувства к сверстникам и окружающим людям.

Работа велась в двух направлениях: по ознакомлению с русской народной культурой и с татарской национальной культурой. Была составлена картотека: русских и татарских народных игр. В уголках для родителей постоянно помещался материал по народному календарю, по народным праздникам. В рамках формирующего эксперимента были проведены следующие мероприятия: тематические беседы «Татарские игрушки и посуда», «Русские народные игрушки»; дидактические игры по татарским и русским народным сказкам; подвижные татарские и русские народные игры; рассматривание книг и иллюстраций по татарскому и русскому народному творчеству; чтение татарских и русских народных сказок; игра – драматизация; рассказ сказок; хороводные татарские и русские народные игры; литературный досуг «Угадай сказку»; проведение

татарского праздника: «Карга боткасы» («Грачиная каша»), «Лапта», «Ватык телефон» - «Испорченный телефон», «Жмурки с колокольчиком», «Продовец красок» - «Буяу сатам».

На заключительном этапе эксперимента мы наблюдали за проявлением интереса к татарским и русским народным играм, песням, сказкам, праздникам. Убедились, что наша работа способствовала развитию у детей представлений о творчестве русского и татарского народов. Было доказано, что воспитания детей дошкольного возраста посредством национальных традиций будет эффективным при следующих условиях: широком включении в жизнь детей дошкольного возраста и разностороннем использовании в педагогическом процессе детского сада средств национальных традиций; проведении системы занятий, развлечений в духе национальных традиций; использование разнообразных форм просветительской работы с семьями по приобщению детей к национальным традициям.

#### **Использованные источники**

- 1.Краснова С. В. Приобщение к мордовской народной культуре детей старшего дошкольного возраста// Вопросы дошкольной педагогики. - 2016. - №2. - С. 42-43.
- 2.Скобелева М. Подвижные игры народов России. //Дошкольное воспитание. 2016. - № 10. С.30-32.
- 3.Степанова Л. П. Возможности этноцентра в воспитании традиций и организации досуга школьников в условиях регионального компонента // Молодой ученый. 2014.- №16. -С. 374-376.

*Нуриева А.Р.  
ассистент  
Ахметвалеева Г.Р.  
студент 4 курс  
Елабужский институт КФУ  
Россия, г. Елабуга*

## **РАЗВИТИЕ ДИАЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА**

**Аннотация.** *В статье приводятся данные экспериментального исследования эффективности методики изучения развития диалогической речи детей старшего дошкольного возраста. Анализируются результаты проведенного эксперимента в ДОУ по проблеме исследования.*

**Ключевые слова.** *Диалог, речь, умение, дошкольник, диалогическая речь, общение, развитие, умение.*

*Nurieva AR  
assistant  
Akhmetvaleeva G.R.  
4 th year student  
Yelabuga Institute of KFU  
Russia, Elabuga*

## **DEVELOPMENT OF THE DIALOGICAL SPEECH OF CHILDREN OF THE SENIOR PRESCHOOL AGE**

**Annotation.** *The article presents data of an experimental study of the effectiveness of the methodology for studying the development of dialogical speech of children of senior preschool age. The results of the conducted experiment in the DOW on the research problem are analyzed.*

**Keywords.** *Dialogue, speech, skill, preschooler, dialogical speech, communication, development, skill.*

Актуальность данного микроисследования определяется тем, что, в педагогической системе беседа с детьми высоко оценивается как метод развития диалогической речи дошкольника, так как беседа направляет мысль ребенка, учит понятно и последовательно излагать мысли, развивает умение слушать и отвечать на вопросы.

Исследование проводилось в Нижнекамском Муниципальном дошкольном образовательном учреждении «Вишенка» - детский сад №47. Группа состояла из 23 человек (13 девочек и 10 мальчиков). Средний возраст детей 6 лет (6-7 лет).

Основным направлением исследования являлась диагностика развития диалогической речи у детей старшего дошкольного возраста в процессе занятий.

На первом этапе исследования, в констатирующем эксперименте выявлен уровень развития диалогической речи у детей дошкольного возраста. Диагностика проводилась в течение нескольких дней: в



подготовленных беседах, в наблюдениях в процессе подвижных игр, практических видах деятельности, режимных моментах.

Формирующий эксперимент проводился с воспитанниками старшей группы детского сада, где они посещали занятия с целью развития диалогического общения, умения слушать, высказываться, реагировать на высказывания собеседника, задавать вопросы.

Контрольный этап был посвящен выявлению влияния использования беседы на общий уровень развития речи у детей в контрольной группе по сравнению с уровнем на момент констатирующего тестирования.

Для определения уровня развития диалогической речи у детей старшего школьного возраста были использованы следующие методы: наблюдение, эксперимент, анализ полученных данных.

В программе диагностики выделено высокий уровень, средний уровень, низкий уровень.

На основании констатирующего этапа исследования получены следующие результаты:

- детей в группе со средним уровнем развития диалогической речи наибольшее количество - 48%. В разговорах между детьми редко встречается доброжелательность, не всегда внимательны к товарищам. Выражаются довольно понятно, связно, но не всегда выслушивают товарища, отстаивая свою точку зрения. Дети умеют слушать и понимать речь, участвуют в общении чаще по инициативе других.

- число детей с высоким уровнем - 26%. Дети общались между собой, говорили на общие темы – делились впечатлениями о новых игрушках, которых принесли из дома, играли совместные игры.

- с низким уровнем развития - 26% - равно 6 человек: малоактивны и малоразговорчивы в общении с детьми и педагогом, невнимательны, редко пользуются просьбами, не умеют последовательно излагать свои мысли, точно передать их содержание. Наблюдалась агрессивность. 2 девочки из группы проявляли малую активность: общались и играли только между собой, «гуляли с дочками», не привлекали к себе внимания других детей, прерывали игру, когда чувствовали, что на них кто-то смотрит.

В ходе контрольного эксперимента были проанализированы результаты проведенной работы и сделан сравнительный анализ констатирующего и контрольного этапов исследования.

Для определения уровня развития диалогической речи у старших дошкольников на контрольном этапе была использована та же методика, что и на констатирующем этапе. На основании данных получены следующие результаты: высоким результатом развития диалогической речи обладают 15 детей (65%), среди них 9 мальчиков и 6 девочек. Средний уровень – 7 детей, низкий – 1 девочка.

Полученные результаты формирующего этапа эксперимента позволяют сравнить уровень развития диалогической речи у детей старшего дошкольного возраста на констатирующем и контрольном этапах

исследования. высокий уровень: количество детей до формирующего эксперимента - 6, после формирующего эксперимента -15. Средний: количество детей до формирующего эксперимента - 11, после формирующего эксперимента -7. Низкий - Средний: количество детей до формирующего эксперимента – 6. после формирующего эксперимента – 0.

Итак, результаты показывают положительную динамику развития диалогической речи у старших дошкольников. Формирующий эксперимент помог повысить уровень развития диалогической речи. Это подтверждает эффективность разработанной нами программы.

#### **Использованные источники**

1. Арушанова А. Организация диалогического общения дошкольников со сверстниками // Дошкольное воспитание. – 2001. - №5. – с. 51-61.
2. Арушанова А., Рычагова Е., Дурова Н. Истоки диалога // Дошкольное воспитание. – 2002. - №10. – с. 82-90.
3. Важенина Н. Н. Развитие диалогической речи у детей // Актуальные задачи педагогики: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Чита, октябрь 2013 г.). - Чита: Издательство Молодой ученый, 2013. - С. 93-95.
4. Горшкова Е. Учите детей общаться // Дошкольное воспитание. – 2000. - №12. – с. 91.
5. Колодяжная Т. П. Колунова Л. А. Речевое развитие ребенка в детском саду: новые подходы.- Ростов – н/Д: ТЦ «Учитель», 2002. – 32с.
6. Ушакова О. С. Развитие речи дошкольника. – М.: Изд-во института психотерапии, 2001. – с.133.

*Нуриева А.Р.  
ассистент  
Мифтахова И. Р.  
студент 4 курс  
Елабужский институт КФУ  
Россия, г. Елабуга*

## **РАЗВИТИЕ ОСНОВ ЛОГИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ У СТАРШИХ ДОШКОЛЬНИКОВ**

**Аннотация.** В статье приводятся данные экспериментального исследования эффективности методики изучения развития основ логического мышления старшего дошкольного возраста на занятиях. Проведено исследование в Муниципальном дошкольном образовательном учреждении «Солнышко» - детский сад №3. Главным направлением исследования является диагностика развития основ логического мышления у детей старшего дошкольного возраста на занятиях математикой.

**Ключевые слова.** Мышление, интеллект, логическое мышление, дошкольник, развитие, образование детей, любознательный.

*Nurieva A.R.  
assistant  
Miftakhova I. R.  
4th year student  
Yelabuga Institute of KFU  
Russia, Elabuga*

## **DEVELOPMENT OF THE BASICS OF LOGICAL THINKING IN SENIOR PRESCHOOLS**

**Annotation.** The article presents the data of the experimental study of the effectiveness of the methodology for studying the development of the basics of logical thinking of the senior preschool age in the classroom. A study was conducted in the Municipal Preschool Educational Establishment "Solnyshko" - kindergarten № 3. The main direction of the study is the diagnosis of the development of the foundations of logical thinking in children of senior preschool age in math.

**Keywords.** Thinking, intellect, logical thinking, preschooler, development, education of children, inquisitive

Актуальность данного исследования определяется тем, что, в соответствии с современными тенденциями развития образования, детский сад должен выпускать человека любознательного, активного, понимающего живое, обладающего способностью решать интеллектуальные задачи. Развивать логическое мышление старшего дошкольника целесообразнее всего в русле математического развития.

Исследование проводилось в Муниципальном дошкольном образовательном учреждении «Солнышко» - детский сад №3. Группа состояла из 20 детей. Средний возраст детей — 6 лет (6—7лет).

Основным направлением исследования являлась диагностика развития основ логического мышления у детей старшего дошкольного возраста на занятиях математикой.

Программа исследования состояла из трех этапов:

1. На констатирующем эксперименте выявлен уровень развития логического мышления у детей дошкольного возраста.

2. Формирующий эксперимент проводился с воспитанниками старшей группы детского сада, где они посещали занятия с целью развития логического мышления.

3. Контрольный этап – выявление влияния использования формирующего эксперимента на уровень развития логического мышления у детей по сравнению с уровнем на момент констатирующего тестирования. Контрольное исследование проводилось по той же методике, что и на констатирующем этапе.

Для проведения исследования использовались следующие методы: эксперимент, анализ полученных данных.

Для диагностики логического мышления детей старшего дошкольного возраста использовалась методика изучения логического мышления, разработанная Л.Ф. Тихомировой. Методика 1: «Обобщение понятий». Методика 2 «Классификация понятий». Методика 3. «Прием сравнения».

Нами было проведено тестирование и по результатам установлены три уровня развития логического мышления дошкольников (высокий, средний, низкие уровни).

На констатирующем этапе эксперимента результаты сформированности мышления у детей у старших дошкольников следующие: - по методике №1 только 50% испытуемых детей не владеют операцией обобщения. Допустили ошибки, обобщая числа двухзначными и однозначными, а надо было четные и нечетные; - методика №2 - основная часть воспитанников плохо владеют операцией классификации – 70%.; - в методике №3, выявлено, что дети (85%) не умеют сравнивать предметы. В группе больше половины детей имеют уровень развития логического мышления ниже среднего. После проведения первичной диагностики разработали и провели занятия для повышения уровня логического мышления.

Для определения уровня развития логического мышления у старших дошкольников на контрольном этапе была использована та же методика, что и на констатирующем этапе. На основании данных получены следующие результаты: число детей по уровню сформированности приема обобщения находящихся на высоком уровне, составил 6 человек (это 30%). Средний уровень составил 50%. Число детей, находящихся на низком уровне, перешли на средний, соответственно, средний на высокий. Тем не менее, низкий уровень сохранился и соответствует 20 %.

Уровень сформированности приема классификации у детей на контрольном этапе эксперимента показывает, что высоким уровнем

обладают 9 человек и составляет 45%. Число детей, находящихся на низком уровне, 3 детей, на среднем уровне 40% испытуемых. В методике №3 число детей на контрольном этапе, находящихся на высоком уровне составил 6 детей (это 30%).

Полученные результаты формирующего этапа эксперимента позволяют сравнить уровень развития логического мышления у детей старшего дошкольного возраста на констатирующем и контрольном этапах исследования.

Сравнивая результаты констатирующего и контрольного этапов эксперимента в методиках можно увидеть положительную динамику развития логического мышления. Полученные результаты свидетельствуют об эффективности предложенного комплекса заданий по математике, направленного на развитие логического мышления старших дошкольников. Разработанные задания позволят педагогам дошкольных учреждений, регулярно занимаясь с дошкольниками, развивать у них логическое мышление.

#### **Использованные источники**

1. Агамагомедова Н. К. Развитие логического мышления детей дошкольного возраста посредством логико-математических игр [Электронный ресурс] // Для дошкольников: [сайт]. – [Б. м.], 2015-2017.
2. Бабич Л.Н. «365 увлекательных занятий для дошкольников» Москва «Айрис Пресс».- 2000г. – 126с.
3. Белошистая А.В. Развиваем логику. // Дошкольное воспитание.- 2002, -№6. – С.14.
4. Карпова С.И., Мамаева В.В. Развитие речи и познавательных способностей дошкольников.- Санкт – Петербург. 2010 г. -197с.
5. Тихомирова Л.Ф. Упражнения на каждый день: Логика для дошкольников: Популярное пособие для родителей и педагогов– Ярославль: «Академия развития», «Академия К о», -2013. -199с.

*Нуриева А.Р.  
ассистент  
Шаймарданова М.А.  
студент 4 курс  
Елабужский институт КФУ  
Россия, г. Елабуга*

## **РАЗВИТИЕ ВООБРАЖЕНИЯ ДОШКОЛЬНИКОВ ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕТРАДИЦИОННЫХ МЕТОДОВ РИСОВАНИЯ**

*Аннотация. В статье приводятся данные экспериментального исследования эффективности методики изучения развития воображения дошкольников посредством использования нетрадиционных методов рисования. Анализируются результаты экспериментальной работы по развитию воображения дошкольников посредством использования нетрадиционных методов рисования.*

*Ключевые слова. Воображение, нетрадиционные, методы, способы, активный, воспитание, развитие, творческие возможности, техника рисования.*

*Nuriyeva A.R.  
assistant  
Shaymardanova M.A.  
student of the 4th year  
Elabuga Institute of KFU  
Russia, Elabuga*

## **DEVELOPMENT OF PRESCHOOL IMAGING BY THE USE OF NON- TRADITIONAL DRAWING METHODS**

*Annotation. The article presents the data of an experimental study of the effectiveness of a technique for studying the development of the imagination of preschool children by using non-traditional methods of drawing. The results of experimental work on the development of imagination of preschool children are analyzed using non-traditional methods of drawing.*

*Keywords. Imagination, non-traditional, methods, methods, active, upbringing, development, creative possibilities, drawing technique.*

Актуальность данного исследования определяется тем, что сегодня главными задачами современного образовательного учреждения является раскрытие способностей каждого воспитанника, воспитание активного человека. Мы уверены, что для приобретения всех этих качеств необходимо хорошо развитое воображение. Воспитатели ДОУ г. Нижнекамска РТ считают, что развивать воображение и творческие возможности старшего дошкольника целесообразнее посредством нетрадиционной техники рисования.

Эмпирической базой данного исследования стал детский сад № 15 «Чулпан» г. Нижнекамск. Для исследования по выявлению уровня развития воображения у детей дошкольного возраста строилось нами на основе

четырёх методик: «Дорисовывание фигур», «Нарисуй что-нибудь», «Три слова», «Придумай рассказ».

На основании констатирующего этапа исследования получены следующие результаты: по методике № 1 только 35% испытуемых от общего числа воспитанников с легкостью справились с заданием. 45% - иногда повторялись в своих рисунках, или их рисунки были схожи с рисунками других детей; 20% - практически не поняли задания, были скованы; методика №2. Высокий уровень был отмечен у 20%. Рисунки этих ребят тоже были оригинальны, с фантазией. 45% оказались на среднем уровне - детали и образы рисунка проработаны средне. 35% на низком уровне, рисунки детей неоригинальны, фантазия в рисунках практически не просматривается, детали не проработаны; по методике №3, выявлено, на очень высоком уровне находятся трое детей 55%. Эти дети смогли составить оригинальный рассказ. Фразы построены с учетом наших запросов, т.е. использовались все три слова, в рассказ вложен определённый смысл. На среднем уровне 9 детей (45%). Эти дети испытывали затруднения при составлении рассказа, с заданием справились, низкий уровень выявлен не был; методика №4. Высокий уровень показали 25% испытуемых. Скорость составления рассказа составила менее 30 секунд. На среднем уровне оказалось 5 детей (25%). Рассказы этих детей были сухими, не вызывали эмоций у слушателей. На составление рассказа у них ушло менее минуты. На низком уровне оказалось детей 50%. Это те дети, которые либо не справились с заданием, либо на составление рассказа ушло более минуты, детали не продуманы.

Таким образом, на основании полученных данных, можно судить об уровне развития воображения у детей старшего дошкольного возраста. Результаты таковы: Средний уровень развития воображения по 4 методикам: Общее количество детей - 20. Высокий уровень - 30 %. Средний уровень - 50 %. Низкий уровень - 20 %. Как мы видим доминирующим, здесь является, средний уровень развития воображения.

Для определения результативности проведенных занятий на формирующем этапе, проведен контрольный этап исследования. Была использована та же методика, что и на констатирующем этапе. Приведём результаты контрольного этапа.

На основании данных получены следующие результаты: - по методике №1 70% испытуемых от общего числа воспитанников, с легкостью справились с заданием, их рисунки были оригинальны, детали аккуратно прорисованы, 30% - иногда повторялись в своих рисунках, или их рисунки были схожи с рисунками других детей; количество детей с низким уровнем не обнаружены. По методике №2 высокий уровень был отмечен у 60%; на среднем уровне оказалось 35% - в целом изображение не представляет из себя нечто новое. 5% на низком уровне; - по методике №3 число детей на контрольном этапе, находящихся на высоком уровне составил 65%. Средний уровень показали 5 детей (25%). Здесь заданные три слова использованы в

менее необходимой, но логически допустимой комбинации. На низком уровне 2 детей (10%). По методике №4 высокий уровень показали 65% испытуемых. На среднем – 20%, на низком - 15%. Средний уровень развития воображения по 4 методикам: Общее количество детей -20. Высокий уровень -65 %. Средний уровень -25 %. Низкий уровень -10 %.

В контрольном этапе эксперимента доминирующим является высокий уровень развития воображения. Сравнивая результаты констатирующего и контрольного этапов эксперимента можно увидеть положительную динамику развития воображения детей.

Итак, полученные данные наглядно показывают, что предложенная нами система работы по развитию воображения дала положительные результаты.

Можно сделать вывод, что выдвинутая нами гипотеза верна, а предложенная нами система работы по развитию воображения у детей старшего дошкольного возраста посредством нетрадиционной техники эффективна.

#### **Использованные источники**

- 1.Ануфриева Г., Вдовкина С. Воображение и творчество// Дошкольное воспитание .-2008.- № 12.- С. 48-52.
- 2.Давыдова Г.Н. Нетрадиционные техники рисования. Часть 2.- М.: Издательство. -2007. -88с.
- 3.Иванова Л.П. Развитие воображения дошкольников посредством нетрадиционных техник рисования//Дошкольное образование.- 2010.- № 6.- С. 3.
- 4.Никитина А.В. Нетрадиционные техники рисования в детском саду. Планирование, конспекты занятий: Пособие для воспитателей и заинтересованных родителей - СПб.: КАРО, 2016. -112с.



*Пирогова Е.Н.  
преподаватель  
кафедры тактико-специальных дисциплин  
ВФ ФГКОУ ВО РЮИ МВД России  
Россия, г. Волгодонск*

### **ПОНЯТИЕ ПРЕСТУПНОСТИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ**

**Аннотация:** в статье рассматриваются понятие преступности среди несовершеннолетних, их виды, психологические особенности.

**Ключевые слова:** преступность, несовершеннолетние, преступление, возраст, индивидуально-психологические особенности, уголовный кодекс, ответственность.

*Pirogova E.N.  
teacher of the department of tactical and special disciplines  
VF FGKOU IN THE RYI OF THE MOI OF RUSSIA  
Russia, Volgodonsk city*

### **THE CONCEPT OF CRIME CRIMES**

**Annotation:** The article deals with the concept of juvenile delinquency, their types, psychological features.

**Keywords:** Crime, minors, crime, age, individual psychological characteristics, criminal code, responsibility.

Преступление вошло в жизнь нашего общества, как неотъемлемая его часть. Согласно уголовного законодательства Российской Федерации, преступление – это виновно совершенное общественно опасное деяние, запрещенное Уголовным кодексом Российской Федерации. (1, 12)

Уголовный кодекс Российской Федерации разделяет преступления, в зависимости от характера и степени общественной опасности деяния, на преступления небольшой тяжести, преступления средней тяжести, тяжкие преступления и особо тяжкие преступления.

Минимальный возраст несовершеннолетнего определяется ст. 20 УК РФ, которая предусматривает, что уголовной ответственности подлежит лицо, достигшее ко времени совершения преступления 16 лет. За некоторые преступления, перечень которых установлен в ч. 2 данной статьи, установлен пониженный возраст уголовной ответственности - 14 лет. (1, 27)

Развитие общества, приводит к тому, что преступления становятся более изощренными, а преступники не сидят на месте, а идут в ногу со временем. Также постигают и осваивают новые технологии: компьютерные, химические и др. Страшным является тот факт, что возраст потенциального преступника становится с каждым годом моложе. В связи с чем, необходимо уделять внимание подрастающему поколению и формированию у него положительных качеств: доброты, сочувствия, ответственности, чувства собственного достоинства, уважения к окружающим, и, конечно же, пропаганда здорового образа жизни.

Проводя анализ возраста преступников, можно сделать вывод, что на

первом месте у преступления, которые совершаются в возрасте 25-29 лет, на втором – 18-24 года, на третьем – 14-17 лет и в возрасте от 30 до 40 лет, занимают четвертое место. При этом, лица в возрасте до 25 лет чаще всего совершаются преступления с прямым умыслом и корыстной направленности, такие как, кражи, угоны, хулиганства, изнасилования.

Преступность несовершеннолетних охватывает определенный возраст, конкретную территорию и промежуток времени. Именно эти критерии и отличают преступность несовершеннолетних от взрослых преступлений.

При этом, преобладающей является доля тяжких корыстных и корыстно-насильственных преступлений. В силу своего возраста, подросток не имеет четкой грани жестокости, которую он может легко переступить, т.к. не в силах почувствовать чужую боль. Подростки, в силу так называемого «юношеского максимализма» либо не испытывают страха перед смертью, либо имеют заниженную оценку.

Если проанализировать преступления, которые совершаются несовершеннолетними, то их смелость и жестокость, вызвана тем, что они не могут адекватно оценить степень опасности своих поступков, как для своей жизни, так и для жизни окружающих, что во многом зависит от отсутствия у них жизненного опыта, социальной незрелости личности, устойчивых жизненных планов настоящего и будущего, отрицательное или вообще безразличное отношение к выполнению гражданских обязанностей.

Преступность несовершеннолетних стоит особняком в законодательстве. В уголовном кодексе Российской Федерации имеется раздел V, в котором рассматривается только ответственность несовершеннолетних(1, 71).

Однако, законодательство нашего государства, в частности, уголовное, неидеально и несовершенно, в нем есть пробелы, коллизии, неучтенные особенности, но необходимо совершенствовать его, т.к. за каждой судебной ошибкой стоит жизнь человека, как личности, так и как гражданина своей страны. Судимость – это не украшение, поэтому необходимо избегать судебных ошибок, особенно в отношении подростков, т.к. это наше будущее, которое мы формируем уже сейчас.

В юридической практике нередко встречаются случаи, когда за аналогичные преступления, подсудимые получают существенно отличающиеся сроки. Мало кто может объяснить, почему это происходит. Поэтому закон должен быть единым для всех, а именно, так гласит принцип равенства: «Лица, совершившие преступления, равны перед законом и подлежат уголовной ответственности независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям, а также других обстоятельств». (1, 4)

В подростковом-юношеском возрасте происходит развитие и становление человеческого организма, личности человека. В данном

возрасте человек очень активен, в связи с чем, преступные деяния несовершеннолетних, это динамичные действия, направленные на нарушение законодательства. Одной из криминологических особенностей преступности несовершеннолетних является ее относительно плавный рост на протяжении длительного периода времени, т.е. 78% несовершеннолетних совершавших преступления в возрасте 16-18 лет, совершают преступления в возрасте 20-23 лет.

В связи с чем, преступность несовершеннолетних можно рассматривать, как преступность будущего и можно сказать, что одной из причин преступности взрослых является преступность несовершеннолетних.

Особую проблему представляет рост преступности несовершеннолетних женского пола. Несмотря на то, преступность среди девушек, все же составляет небольшой процент от общего количества преступлений, совершенных несовершеннолетними, это явление все равно таит в себе немалую общественную опасность. Это не случайно, как не случайно и то, что увеличилось число подростков женского пола, которые занимаются проституцией, пьянствуют, ведут аморальный образ жизни, неизбежным следствием чего является преступное поведение.

Перестают быть ценными такие вещи, как скромность, целомудрие, материнство. При этом, преобладает жестокость, цинизм, зависть, ранняя независимость ни от кого.

Также, как подвид преступности среди несовершеннолетних, можно выделить, преступления, совершаемые мигрантами, а также возникающих, в виду современной миграционной политики, преступления, совершенные по мотивам расовой, национальной или религиозной ненависти или вражды.

Кроме того, следует отметить и тот факт, который говорит нам о том, что для одной части подростков и молодежи средством активного самоутверждения служат преступления, то для других оказывается предпочтительнее «уход» от чуждого, непонимаемого мира в алкоголь, наркотики или же добровольный уход из жизни.

Не стоит исключать и тот факт, что в процессе развития ребенок переживает определенные кризисные периоды. Мы не можем исключать отдельные индивидуально-психологические особенности, типичные для некоторых групп правонарушителей, в виде так называемых психических аномалий, т.е. отклонений от средней психической нормы, в значительной мере связанных с типом, свойствами нервной системы человека. Однако, такие аномалии - в большинстве случаев - результат не наследственности, а условий жизни, воспитания подростков. Точнее будет сказать: «Преступниками не рождаются – преступниками становятся». (5, 270)

В большей степени, преступления несовершеннолетними совершаются в соучастии (чаще всего в форме соисполнительства), также в группе со своими сверстниками (около 50%), что исключительно связано с особенностями психологии подростка; а в среднем каждое третье преступление совершается совместно со взрослыми (2, с. 21).

Совершая преступления вместе со взрослыми, несовершеннолетние, приобретают у них опыт преступной деятельности, и стараются получить так называемый «воровской авторитет» за счет того, что за период времени с 14 до 18 лет получают две и более судимости. Повторное совершение преступлений свидетельствует о формировании у несовершеннолетних стойкой противоправной установки. Впоследствии эти подростки превращаются в злостных рецидивистов, не поддающихся каким-либо мерам профилактического воздействия(3,18).

Таким образом, агрессивности несовершеннолетних во многом способствует непродуманная информационная политика со стороны ведущих средств массовой информации и пропаганды насилия. Чтобы поднять свой авторитет среди сверстников, молодое поколение готово пойти на противоправные деяния ради славы в средствах массовой информации. При этом они проявляют особую дерзость и цинизм. В основе поведения лежит неустойчивая психика, а также проявление эгоизма. Преступная деятельность становится для некоторых групп несовершеннолетних основным способом проведения досуга. В связи с чем, просто необходимо уделять большое внимание данному виду преступности и подходить к решению данного вопроса, анализируя все стороны жизни, индивидуальные особенности каждого преступника и причины совершения им преступления.

#### **Использованные источники:**

1. Уголовный кодекс Российской Федерации. – Москва: Проспект, 2017. – 272с. (ред. 25.05.2017).
2. Башкатов И.Л. Психология групп несовершеннолетних правонарушителей. М.: Норма, 2013. 54 с.
3. Васильев В.П. Юридическая психология. СПб.: Азбука, 2012. 210 с.
4. Романов В.В. Юридическая психология. М.: Юрист, 2001-488с.
5. Шахбанова Х.М. Основные причины преступности несовершеннолетних на современном этапе развития российского общества // Вопросы управления. 2013. №2. С. 18 – 20.

*Провоторина В.В. к.э.н., доцент  
доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»  
Дробязин А.С.  
студент  
Прокофьев С. Ю.  
студент  
Донской государственный технический университет  
Россия, г. Ростов- на-Дону  
Provotorina V.V. Ph.D.(in Econ.), Associate Professor  
assistant professor of the department of «Service, Tourism and Hospitality  
Industry»  
Drobuzin A.S.  
student  
Prokofiev S.Y  
student  
Don State Technical University  
Russia, Rostov-on-Don*

**К ВОПРОСУ О ФРАНЧАЙЗИНГЕ  
В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА  
TO THE QUESTION OF FRANCHISING  
IN THE HOSPITALITY INDUSTRY**

**Аннотация:** *В статье рассматривается понятие франчайзинга, его использование как механизма продвижения в индустрии гостеприимства, учитываются методы влияния, действия и решения вопросов создания франчайзинга, путём передачи частичной власти для франчайзи.*

**Ключевые слова:** *франчайзинг, франчайзи, индустрия гостеприимства, франшиза, мониторинг, планирование, эксплуатация.*

**Abstract:** *The article discusses the concept of franchising, its use as a mechanism of advancement in the hospitality industry, takes into account the methods of influence, actions and solutions of franchising issues, by transferring partial power to the franchisee.*

**Keywords:** *franchising, franchisee, hospitality, franchise, monitoring, planning, operation.*

Франчайзинг растет быстрыми темпами как в розничной торговле, так и в гостиничном и ресторанном бизнесе. HolidayInn, Hilton, Accorgroup, Макдональдс, Кентукки, Жареная курица, Пицца Хат являются примерами компаний, которые используют метод франчайзинга. Однако, по данным Felstead, по причине неосведомленности о значении слова «франшиза», существует малое количество людей, понимающих истинное значение того, что такое франчайзинг, как он используется в отелях и ресторанах. Цель данной статьи: уточнить определение франчайзинга и использование его в отелях и других гостиничных цепях, и объективно изучить, как франчайзинг может быть расширен и развит вместе со своими преимуществами и

недостатками.

Многие определения франчайзинга практически схожи. Тем не менее, Котлер и Спинелли отметили, что франчайзинг - это система ведения бизнеса, с помощью которой, франчайзер разрабатывает маркетинговый формат, предоставляя франчайзи право использовать свое название, товарный знак или рекламировать, и включиться в продажи, предлагать и распределять товары и сервис обслуживания [1].

Франчайзинг рассматривается как предпочтительный метод ведения бизнеса во всем мире. В гостиничной индустрии начало франчайзингу было положено, когда компания развития «Ритц» в Нью-Йорке открыла свою франчайзинговую дочернюю кампанию «Ритц-Карлтон». Согласно источнику Knowles, упоминается, что в франчайзинговых компаниях должен быть контракт относительно всех условий, согласованных между франчайзером и франчайзи, в свою очередь, франчайзи обязана осуществлять крупные капиталовложения из собственных ресурсов, на определенной территории в пределах которой и будет действовать. Франчайзер должен постоянно интересоваться к поставкам франшизы и ее поддержкой во всех аспектах деятельности бизнеса [2].

Есть три этапа в бизнес-формате франшизы: концепции развития бизнеса; непрерывный процесс помощи; процесс инициирования и обучения всем аспектам ведения бизнеса в соответствии с концепцией. Кроме того, упоминается, что франчайзи уже имеет право использовать название и методы деятельности ранее осуществляемой, присоединяясь к новой франшизе, при этом, франчайзи должны оплатить гонорар роялти и гонорар маркетинга в зависимости от бренда франшизы [3].

Следует пояснить, что франчайзинг - это очередная вариация стратегии лицензирования, специализирующаяся в оформлении изделия и маркетинге, в тоже время перенося ответственность к смежным организациям. Кроме того, франчайзинг представляет собой мощный формат для разработки торговой марки. В процессе мониторинга происходит тщательный выбор франшизы в интересах не только компании, но и других, уже существующих франчайзи, а так же и нового франчайзи. Есть некоторые моменты, которые следует учитывать, такие как: рекорд успеха, потенциальный опыт франчайзи и финансовое положение. Франчайзеры утверждают всё, от плана участка и до здания, оборудования с подробным описанием обстановки [4].

Руководство по эксплуатации является основой операционной системы, которая охватывает всю деятельность, начиная от открытия и до закрытия. Все основное оборудование, его эксплуатация и текущее обслуживание указаны в руководствах по эксплуатации или в отдельном руководстве по использованию оборудования [5]. Очень важной частью пакета, предоставляемого от франчайзера, является обучение, при этом франчайзи должны знать, сколько времени это займет, и в какой степени обучение является обязательным или необходимым. Существуют некоторые

процедуры, когда дела идут не по утвержденной схеме, в дополнение к формальной подготовке и курсов повышения квалификации. Деятельность франчайзингового бизнеса должна быть достаточной для того, чтобы франчайзи получали разумное вознаграждение за его труды, а также произвести оплату франчайзеру в разумной сумме за услуги, которые он или она будет продолжать поставлять. Тем не менее, франчайзер должен получить разумную рентабельность активов, занятых в бизнесе [6].

Таким образом, франчайзинг рассматривается как наиболее важная вещь в росте индустрии гостеприимства. Однако термин франчайзинга довольно запутан для понимания некоторых людей, где он упомянут как два способа взаимоотношений между двумя сторонами, где, с одной стороны, владелец с именем, и, с другой стороны, представлен различными франчайзи. Несмотря на разногласия по поводу термина, будущая франшиза может быть получена через стратегии системы распределения, появляющиеся от взаимодействия предпринимателя и экономики, совершенствуя механизмы создания новых брендов, путей их распространения.

#### **Использованные источники:**

1. Провоторина, В.В. Технологии и организация деятельности туристической индустрии: технологии и организация гостиничных услуг: учебно-методическое пособие. – Ростов-на-Дону, РТИСТ, 2012. – 48с.
2. Франчайзинг как форма кооперации. Электронный доступ – URL: <http://www.nauteh-journal.ru> (дата обращения 19.01.2018)
3. Горбунов А.А, Мамонтов К.В. Маркетинговая концепция продвижения франшиз брендовых товаров. – СПб.: Астерион, 2016. – 164 с.
4. Провоторина, В.В. Гостиничный менеджмент: учебно-методическое пособие. – Ростов-на-Дону, РТИСТ, 2012. – 36с.
5. Франшиза. Электронный доступ – URL: <https://richpro.ru/biznes/franshiza-chto-jeto-takoe-prostymi-slovami.html> (дата обращения 19.01.2018)
6. Карич Л.В., Кедрова И.В., Экиниль Г.Е. Сервисные технологии организации туристической деятельности. – Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2017. – 238с.

*Провоторина В.В. к.э.н., доцент  
доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»*

*Дробязин А.С.*

*студент*

*Шпакинский А.Н.*

*студент*

*Донской государственный технический университет*

*Россия, г. Ростов-на-Дону*

*Provotorina V.V. Ph.D.(in Econ.), Associate Professor  
Assistant Professor of the Department of «Service, Tourism and*

*Hospitality Industry»*

*Drobyazin A.S.*

*student*

*Shpakivsky A. N.*

*student*

*Don State Technical University*

*Russia, Rostov-on-Don*

## **БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ BRAND MANAGEMENT IN THE HOSPITALITY INDUSTRY**

**Аннотация:** в статье рассматривается роль бренд-менеджмента в гостиничной индустрии, основные задачи, цели, пути и тенденции развития, опираясь на современное Y-поколение. Учитываются временные рамки, влияющие на изменения брендов, форм, видов логотипов, стратегий бизнеса.

**Abstract:** the article discusses the role of brand management in the hotel industry, considering the main goals, objectives, ways and tendencies, based on modern Y-generation. Considered the time frame affecting the changes of brands, shapes, types of logos, business strategies.

**Ключевые слова:** бренд-менеджмент, Y-поколение, бренд, отрасль, конкуренция, дифференциация, продукция, оптимизация, концепция.

**Key words:** brand management, generation Y, brand, industry, competition, differentiation, production, optimization, concept.

Одним из основных активов фирмы является хорошо зарекомендовавшая себя торговая марка, обеспечивающая конкурентные преимущества (как материальные, так и нематериальные) своей деятельностью. Эффективное управление брендом создает идентификацию товаров и услуг и отличает их от основных конкурентов. На современном этапе развития рынка туристских услуг в России предприятия индустрии туризма функционируют в условиях устойчивой конкуренции и динамичности внешней среды [1]. Поэтому создание и управление конкурентными брендами рассматривается как ключевой фактор успеха в индустрии туризма. Туризм, с одной стороны, выступает главной формой активного вида отдыха, рационального использования свободного времени, укрепления здоровья и расширения кругозора, а с другой стороны, при



грамотной организации, – является доходной статьёй в экономике региона [2]. Американская ассоциация маркетинга (англ. American Marketing Association) определяет бренд как «имя, термин, знак, символ, дизайн, или сочетание этих элементов, предназначенных для идентификации товара и услуги продавца и дифференциации их от конкурентов»[3]. Основной задачей бренд-менеджмента является выявление компонентов (т.е. идентификация источника или производителя продукта) продукта до тех пор, пока ведущие компании не начнут дифференцировать свою продукцию и услуги через символическую систему значений, подстроенную под их фирменные наименования. Важность управления брендом всегда имела место при стандартном, небольшом количестве продукции, но и наращивание темпов, объема продукции остается крайне важной. Подобные скачки роста производства большого количества товара произошли в восьмидесятые годы прошлого столетия. Подобная тенденция приводит к эре исследований в области управления брендом [4]. Одна из причин создания новых гостиниц и ресторанов в этот период заключается в том, что поколение бэби-бума (англ. baby-boom) вошло в пик возраста с большим заработком и различным образом жизни, а так же, произошло увеличение числа семей с двойным доходом. Такая общеотраслевая тенденция привела к усилению конкуренции рынка с перенасыщением в некоторых сегментах индустрии гостеприимства, а также сложностью для потребителей, чтобы понять и оценить деятельность большого количества отелей и ресторанов на рынке. Гостиничные предприятия должны постоянно менять облик брендов и дифференцировать свои продукты и предложения для устойчивого роста [5]. В связи с этим, небольшое количество крупных гостиничных компаний разработало несколько различных брендов и сформировало бренд «кейсы» (от англ. Key – ключ, в значении «решение, выход» из ситуации). В настоящее время, число брендов среди крупных гостиничных компаний варьируются от, менее, чем десятка отелей на курортах по всему миру, таких как гостиничная Группа «Inter Continental» и «Starwood», до двадцати брендов во всем мире, таких как «Wyndham» и «Marriott Corporation». Точно так же, ведущий ресторан компании обладает более чем пятью сильными ресторанными брендами под своим управлением. Конгруэнтно, крупные гостиничные компании сосредоточены на том, как оптимизировать синергию между своими брендами в своих кейсах [6]. Эта тенденция концентрации ценных брендов в нескольких основных бренд-кейсах, как ожидается, будет продолжаться в современной глобализации и постоянно менять структуру промышленности. Индустрия гостеприимства вступила в новый цикл бренда управления в 2000-х годах с новыми видами концепций и продуктов. Запуск отелей «W» из «Starwood» в качестве роскошных бутик-отелей, привела к огромному влиянию своей концепции на современные тенденции в жизни отелей мировых брендов. Гостиничные предприятия постоянно вводят аналогичные товары. Аналогичным образом, ресторанный индустрия выглядит следующим образом. Много ресторанов, особенно в сегменте

быстрого обслуживания, прошли через широкий ре-брендинг и ре-позиционирование с обновлением логотипов, сменой экстерьера и интерьера, с расширением меню. Кроме того, ведущие ресторанные компании инициируют различные стратегии брендинга и внедрения унифицированных концепций этнической кухни, которые широко распространены среди иностранных туристов (примером служит шведский стол). Одна из последних тенденций брендинга в сфере гостеприимства, это то, что отрасль вкладывает инвестиции в хорошо зарекомендовавшее себя название в кластере товаров или услуг (например, «Маккэйфа» и «Макдональдс»). Эффективное и рациональное использование бренда постоянно определяется как один из главных приоритетов среди исследователей и практиков отрасли бизнеса услуг, товаров. Выявлено, что управление брендом является одним из относительных выравниваний научно-исследовательских и отраслевых приоритетов гостеприимства. Соответственно, распространение бренда, дифференциация, лояльность к бренду, выгода, предоставление бренда были отмечены как ведущие характеристики бренда в проблеме управления при работе в условиях высокой конкурентоспособности на рынке. Передовые информационные технологии, «взрывное» воздействие мобильных приборов на рынке технологий, объединение систем распределения, раздвоение демографической конфигурация бэби-бумеров и поколения Y (дети, рожденные после 1981г.) приводит к изменениям условий на рынке, а также к изменениям в социально-демографической характеристике и уровне жизни. Поэтому крупные компании, как ожидается, установят и уже устанавливают ускоренное внедрение новых и инновационных стратегий брендинга [7]. В большей степени, управление брендом стало долгосрочным стратегическим решением фирмы и будет постоянно расти. Кобрендинг и конкуренция на рынке приведет не к идентичности, а к личностному имиджу, ассоциации названия бренда с его «визуальной этикеткой», к доверию и предпочтительному отношению, которые клиенты воспринимают всецело.

#### **Использованные источники:**

1. Казьмина Л.Н., Провоторина В.В. К вопросу об инновационных процессах в туризме и индустрии гостеприимства на современном этапе развития / Л.Н. Казьмина, В.В. Провоторина // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2015. – №1. – С.153-157.
2. Казьмина Л.Н., Провоторина В.В. К вопросу о динамике развития гостиничной индустрии и туризма Ростовской области в период подготовки к Чемпионату Мира по футболу 2018 / Л.Н. Казьмина, В.В. Провоторина // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2017. – №5. – С.109-114.
3. Бренд. Электронный доступ – URL: <http://qoon.ru/articles/chto-takoe-brend>, (дата обращения 19.12.2017).
4. Управление брендом. Электронный доступ – URL: [http://life-prog.ru/2\\_83981\\_upravlenie-brendom.html](http://life-prog.ru/2_83981_upravlenie-brendom.html), (дата обращения 19.12.2017).

5.Провоторина, В.В. Технология и организация гостиничных услуг: учебно-методическое пособие. – Ростов-на-Дону, РТИСТ, 2012. – 48с.

6.Кобрендинг. Электронный доступ – URL: <http://www.pr2b.ru/branding/cobranding> (дата обращения 19.12.2017).

7.Поколение «Y». Электронный доступ – URL: <http://fb.ru/article/261238/millenium-pokolenie-y-pokolenie-nekst-voznrast-osnovnyie-chertyi>. (дата обращения 19.12.2017).

**УДК 338.22.01**

*Савинцева С.А., к.э.н.  
доцент*

*Кемеровский государственный университет  
Россия, г. Кемерово*

### **ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

**Аннотация:** *В статье представлены подходы к определению государственно-частного партнерства в зарубежных и российских исследованиях. Выделены особенности государственно-частного партнерства как инструмента социально-экономического развития. Дана оценка состоянию государственно-частного партнерства в регионах.*

**Ключевые слова:** *государственно-частное партнерство, особенности форм сотрудничества, направления совершенствования системы государственно-частного партнерства через создание необходимой институциональной, правовой, экономической, и организационной среды.*

*Savintseva S.A., k.e.n.  
assistant professor  
Kemerovo State University  
Russia, Kemerovo*

### **PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP AS A TOOL FOR SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT**

**Abstract:** *The article presents approaches to the definition of public-private partnership in foreign and Russian studies. The features of public-private partnership as an instrument of socio-economic development are singled out. The assessment of the state of public-private partnership in the regions is given.*

**Keywords:** *public-private partnership, particular forms of cooperation, directions of improving the system of public-private partnership through the creation of the necessary institutional, legal, economic, and organizational environment.*

Государственно-частное партнерство является относительно новой категорией, которая используется для характеристики особых взаимоотношений между государством и частным сектором. Первые проекты государственно-частного партнерства были реализованы в Англии в конце 1980-х - начале 1990-х годов и на современный период действуют в 40

странах мира.

В России проекты государственно-частного партнерства наибольшую актуальность приобрели в последние годы, которые преимущественно связаны с развитием транспортной инфраструктуры и строительством недвижимости.

В современной литературе встречаются различные варианты определения государственно-частного партнерства, хотя исследователи акцентируют внимание на двух особенностях – на социальной значимости реализуемых проектов и распределении рисков при их выполнении.

Актуальным направлением развития российской экономики является модернизация, поиск новых точек социально-экономического развития в регионах, а также новое государственное управление в рамках реализации проектного подхода.

Государственно-частное партнерство (ГЧП) является одним из инструментов реализации проектного подхода в государственном управлении. Использование механизмов ГЧП в настоящее время получает широкое распространение в Российской Федерации. Оно включает в себя ряд форм сотрудничества, позволяющих государству и частному сектору не только извлекать взаимную выгоду, но и разделять риск. Актуальность механизмов ГЧП усиливается в условиях резкого сокращения частные капиталовложения, поэтому государство должно выступить в качестве стабилизирующего фактора. В данном контексте государство является не только *партнером*, располагающим значительными ресурсами, но и организатором, заказчиком инновационных взаимодействий. Таким образом, появится возможность создать устойчивый инновационно-инвестиционный механизм.

Среди всего многообразия определений зарубежных и отечественных исследователей можно выделить основной подход к понятию ГЧП.

Государственно-частное партнерство рассматривается как особый тип управления – «новый государственный менеджмент» (New Public Management) или способ государственной организации – организации «хорошего государственного управления» (Good Governance); как установленная форма соглашений, заключаемых между бизнесом и властью относительно финансовых отношений и средств (институциональный, юридический подход)<sup>1</sup>.

Государственно-частное партнерство – это любые официальные отношения или договоренности на фиксированный период времени, между государственными и частными участниками, в котором обе стороны взаимодействуют в процессе принятия решения и помогают друг другу в инвестировании ограниченных ресурсов, таких как: деньги, персонал, оборудование и информацию для достижения конкретных задач в

---

<sup>1</sup> Ковригина С.В. Государственно-частное партнерство: подходы и классификация [Текст] // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 11-12. – С. 83; URL: <https://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=36046>

определенной области науки, технологии и инновации.

Отличие ГЧП от других форм отношений государства и частного бизнеса заключается в следующем:

- долгосрочные соглашения (от 10-20 и более лет);
- финансирование проектов в виде частного инвестирования, которые дополнены финансовыми ресурсами государства;
- конкурсная реализация партнерских отношений между возможными участниками проектов;
- разделение рисков между участниками соглашения, а именно между государством и бизнесом, на основе заключенных договоренностей сторонами.

Успешная реализация проектов государственно-частного партнерства возможна при выполнении следующих условий:

1. Стабильность и отсутствие неопределенности политико-правовой среды. Сложность правовых и договорных отношений ГЧП сопровождается высокими транзакционными издержками. Для их снижения требуются общие правила, которые будут содержать типовые договоры и упрощенную правовую систему в целом.

2. Обязательное требование адекватности ситуации (например, сектора экономики, состояния и формы рынка и местных рамочных условий) распределения возможностей и рисков. Ассиметричное распределение означает, что частный инвестор несет большую часть рисков по проекту, при этом государство имеет право вмешиваться в выполнение проекта, а не только возможность контролировать его;

3. Конкурентный подход в распределении госзаказов в целях создания стимулов к улучшению проекта. Полученные выгоды распределяются между партнерами;

4. Разработка реальных сценариев будущих денежных потоков для оценки потенциала проекта через определение издержек и выгод от его реализации;

5. Формирование благоприятного образа ГЧП для всех участников.

Отмеченные выше факторы успеха партнерства позволяют сделать вывод о том, что значимость регулирующей деятельности государства в сфере партнерства с частным бизнесом является очень важным.

Государственно-частное партнерство сложный инструмент, который в российской действительности используется не в полной мере. По состоянию на начало 2017 года в Российской Федерации прошли стадию принятия решения о реализации 2 446 инфраструктурных проектов, предусматривающих привлечение частных инвестиций на принципах ГЧП. При этом более 480 проектов находятся в проработке органов власти и порядка 1000, по экспертным оценкам, структурируются частным партнером для запуска с использованием механизма «частной инициативы».

Концессия является основной формой реализации проектов ГЧП в России. 2200 инфраструктурных проектов уже реализуются и будут

реализованы в форме концессионного соглашения. Соглашения о ГЧП используются в большей степени для структурирования проектов в социальной сфере (здравоохранение, образование) и на текущий момент насчитывают 70 проектов, заключенных в рамках регионального законодательства.

Важно отметить, что органами власти было заявлено о 150 проектах в форме соглашений о ГЧП. При этом подавляющая часть проектов больше соответствует различным формам государственной поддержки, а не как соглашение о государственно-частном партнерстве.

По состоянию на 2016-17 гг. 64 региона страны (это 77% от всех субъектов РФ) участвуют в 322 проектах такого партнерства.

Лидирующее положение занимает Сибирский федеральный округ, который участвует в 106 проектах (33 %); на втором месте находится Центральный федеральный округ – 50 проектов (15,5 %) и Северо-Западный федеральный округ, на счету у которого 50 проектов. От лидеров немного отстает Поволжский федеральный округ – 41 проект (12,7 %). Низкая активность в Северо-Кавказском федеральном округе – 9 проектов (2,8 %). Дальневосточный, Сибирский и Центральный федеральные округа лидеры по числу реализованных проектов (соответственно – 9, 11, 12 проектов ЧГП. В Амурской области (ДФО) реализовано 100 % проектов – в количестве 4 проекта, в Хабаровском крае (ДФО) из 5 заявленных проектов 3 уже реализованы, а 2 находятся на стадии реализуемых. В СФО впереди Иркутская и Кемеровская области – по 3 проекта реализованы, по 11 проектов имеют статус реализуемых.

В Кемеровской области у 14 проектов не указан этап реализации (95 % от общего числа проектов, где не указан этап реализации). Высокая доля реализуемых проектов в Уральском и Северо-Кавказском федеральных округах (80,6 % и 100 % соответственно)<sup>2</sup>.

Следует отметить, что в здесь распространены формы государственно-частного партнерства проектов – концессионное соглашение, контракт жизненного цикла инвестиционный фонд, аренда с инвестиционными обязательствами. Большая доля в формах ГЧП принадлежит концессионным соглашениям (сфера ЖКХ – 16 проектов и транспорт – 18 проектов), с помощью инвестиционного фонда реализуются преимущественно проекты в области промышленного производства (9 проектов). При реализации проектов ЖКХ партнерство государства и бизнеса осуществляется так же и в форме аренды с инвестиционными обязательствами (11 проектов). Как правило, проекты в социально значимых отраслях поддерживаются контрактами жизненного цикла, в сфере здравоохранения присутствует государственный контракт.

Рассмотрим направления развития сферы государственно-частного

---

<sup>2</sup> Исследование «Государственно-частное партнерство в России 2016–2017: текущее состояние и тренды, рейтинг регионов» / Ассоциация «Центр развития ГЧП». – М.: Ассоциация «Центр развития ГЧП», 2016. – 20 с.

партнерства:

1. Развитие законодательства в сфере ГЧП и правоприменительной практики реализации таких проектов.

2. Системное планирование развития инфраструктуры и стимулирование рынка для применения механизмов ГЧП.

3. Обеспечение доступности финансирования для реализации государственно-частного партнерства проектов. В том числе, использование опыта зарубежных стран, так например, около 44 % всех инфраструктурных проектов в Европе и Северной Америке финансируется за счет средств пенсионных фондов и страховых компаний. В России средства страховых компаний в проектах ГЧП не участвуют, а средства пенсионного фонда направлены всего лишь в два десятка проектов.

4. Повышение качества и эффективности реализации данных проектов. Поскольку одним из основных препятствий для осуществления инвестиций в инфраструктурные проекты являются недостаточные гарантии возврата вложенных средств, то следует расширить эти гарантии, в том числе по исполнению обязательств публично-правовых образований. Одно из возможных решений заключается в создании специализированного фонда страхования бюджетных обязательств на базе одного из существующих институтов развития, что в перспективе позволит обеспечить стабильность региональных и местных бюджетов для участия в проектах ЧПП.

5. Разработка специальных механизмов субсидирования субъектов РФ и муниципальных образований для реализации проектов ГЧП.

Таким образом, государственно-частное партнерство – это конструктивное взаимодействие государства и предпринимательского сектора по решению общественно значимых задач. Данная модель необходима для развития бизнеса, экономики и повышения конкурентоспособности страны. Она строится на определенных принципах и имеет ряд преимуществ:

- активизация инновационных процессов и развитие индустриальной инфраструктуры и активизация инновационных процессов;

- повышение инвестиционной привлекательности отдельных объектов;

- реализация государственной политики социально-экономического развития регионов.

#### **Использованные источники:**

1. Исследование «Государственно-частное партнерство в России 2016–2017: текущее состояние и тренды, рейтинг регионов» / Ассоциация «Центр развития ГЧП». – М.: Ассоциация «Центр развития ГЧП», 2016. – 32 с.

2. Ковригина С.В. Государственно-частное партнерство: подходы и классификация [Текст] // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 11-12. – С. 81-85; URL: <https://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=36046> (дата обращения: 10.01.2018).

УДК 338.5

*Файзрахманова А.Р.*

*студент 4 курс*

*экономический факультет*

*ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет»*

*Россия, г. Благовещенск*

## **СПЕЦИФИКА УЧЕТА ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО В ГЕОЛОГОРАЗВЕДОЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ**

**Аннотация:** *В данной статье рассматривается понятие затрат, определяется сущность позаказного метода учета затрат на производство и специфика учета затрат на производство в геологоразведочном предприятии.*

**Ключевые слова:** *затраты на производство, позаказный метод, геологоразведочное предприятие, себестоимость.*

UDC 338.5

*Fayzrakhmanova A.R.*

*student 4<sup>th</sup> year*

*of the Faculty of Economics*

*FGBOU VO «Amur State University»*

*Russia, Blagoveshchensk*

## **SPECIFICATION OF ACCOUNT COSTS FOR PRODUCTION IN GEOLOGICAL EXPLORATION ENTERPRISES**

**Abstract:** *In this article we consider the concept of costs, determine the nature of the ordering method of accounting for production costs and the specifics of accounting for production costs in a geological exploration enterprise.*

**Key words:** *production costs, ordering method, geological exploration enterprise, cost price.*

Разведка полезных ископаемых представляет собой комплекс геологических, геофизических и геохимических работ для выявления, перспективной оценки месторождений и геолого-экономической оценки.

Затраты — принятая к учету стоимостная оценка использованных ресурсов различного вида (материальных, финансовых, трудовых и прочих), которая может быть измерена с достаточной степенью надежности.

Каждое геологоразведочное задание индивидуально, это означает что себестоимость различных геологоразведочных работ, а также одинаковых работ на различных местностях может значительно отличаться, поэтому учет затрат необходимо вести по каждому геологическому заданию отдельно. Это и объясняет применение преимущественно позаказного метода калькирования себестоимости в геологоразведочных предприятиях.

Сущность позаказного метода заключается в следующем. Все прямые основные издержки производства учитываются в разрезе установленных статей калькуляционного листа по отдельным производственным заказам, выдаваемым на заранее определенное количество изделий (продукции) данного вида.



Далее показана последовательность осуществления затрат геологоразведочного предприятия.

1 этап. Предпроизводственная деятельность. Затраты на приобретение геологической и иной информации у третьих лиц о данном участке недр и затраты, связанные с предварительной оценкой лицензионного участка (для принятия решения участия в конкурсе).

Затраты на участие в конкурсе (разработка технико - экономического обоснования проекта оформление лицензионных документов; оплата участия в конкурсе или аукционе; оплата разового платежа за пользование недрами).

2 этап. Геологоразведочные работы. Производственный процесс геологоразведки нефти и газа определяет следующую структуру затрат геологоразведочных работ:

- начисления заработной платы и прочие выплаты работникам, занятым в поисках и разведке полезных ископаемых, а также суммы страховых социальных отчислений во внебюджетные фонды с данных выплат;

- стоимость материалов и услуг, используемых при осуществлении работ по поискам и разведке полезных ископаемых;

- амортизация основных средств и нематериальных активов, используемых в деятельности по поискам и разведке полезных ископаемых.

3 этап. Свертывание работ. Приведение земельных участков, предоставленных во временное пользование на период проведения геологоразведочных работ, в состояние, пригодное для использования в сельском, лесном, рыбном хозяйстве или для других целей в соответствии с проектом восстановления (рекультивации) нарушенных земель.

Особенности осуществления геологоразведочных работ, влияющих на организацию учета затрат геологоразведочных работ:

1. Отдаленность объектов исследования от населенных пунктов.

1.1 Возникновение затрат, связанных с осуществлением работ вахтовым методом (затраты по доставке работников и оборудования до места работы на месторождения и обратно; затраты по надбавкам за каждый день пребывания на вахте; затраты по содержанию вахтовых поселков).

1.2 Организация учета затрат вспомогательных производств: автотранспортного участка (доставка работников производственных материальных ценностей до места разведки); ремонтно-строительного (строительство вахтовых поселков); теплоэнергетического участка (обеспечение электроэнергией вахтовых поселков); участка ремонта техники (поддержание в рабочем состоянии современного дорогостоящего оборудования) и др.

2. Зависимость выполнения некоторых видов работ от природно-климатических условий (съемка, отдельные методы полевой геофизики) необходимость организации этих работ по сезонам.

Неравномерность затрат в течение календарного года. Дифференциация календарного года по периодам, например: межсезонье – с

мая по сентябрь, подготовительный – с сентября по ноябрь, полевой – с декабря по май. В связи с невозможностью отнесения затрат в подготовительный период и межсезонье к конкретному производственному процессу по выполнению конкретных видов работ данные затраты в дальнейшем относят на производственные партии, выполняющие заказы на разведку во время полевого периода.

3. Информационный характер выполняемых работы, связанный с достижением цели геологоразведочных работ: получение информации о состоянии недр.

4. Для получения информации, строят поисково-разведочные скважины, которые в свою очередь имеют вещественную форму, в отличие от информации. При этом трудно отделить затраты на строительство скважины от затрат на получение геологоразведочной информации. Буровые работы имеют первостепенное значение при поиске, разведке и оценке месторождений. Учет затрат на строительство (бурение) поисково - разведочных скважин, опробование и испытание разведочных скважин ведётся отдельное от других геологоразведочных затрат.

#### **Использованные источники:**

1.Ефремова, А. А. Особенности учета затрат на геологоразведочные работы по международным стандартам / А.А. Ефремова // Развитие бизнес-систем.- 2015. - №11.-С.15-18.

2.Пономарева, Е.А. Калькулирование себестоимости продукции на предприятиях нефтяной и газовой промышленности / Е.А. Пономарева // Экономика и управление.–2013.-№ 1.– С.80-82.

*Файрушина Т.А.  
студент бакалавриата  
Институт управления и экономики  
Кемеровский государственный университет  
Россия, г. Кемерово*

## **ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА ТРУДА В РЕГИОНЕ, КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ БУДУЩЕГО**

**Аннотация:** В статье рассмотрена потребность регионального рынка труда в квалифицированных специалистах. Проанализирована динамика переподготовки специалистов для формирования экономики будущего. Выявлена неудовлетворенность крупного бизнеса традиционными моделями обучения. Предложены пути трансформации рынка труда для формирования нового направления экономики.

**Ключевые слова:** рынок труда, востребованность специалистов, неформальная занятость, инновационность развития экономики.

*Fairushina T.A.  
student bacclavary  
Institute of Management and Economics  
Kemerovo State University  
Russia, Kemerovo*

## **TRANSFORMATION OF THE LABOR MARKET IN THE REGION, AS ONE OF THE DIRECTIONS OF FORMATION OF THE FUTURE ECONOMY**

**Abstract:** The article considers the need for a regional labor market in qualified specialists. The dynamics of retraining of specialists for shaping the economy of the future is analyzed. The dissatisfaction of large business with traditional models of training has been revealed. Ways of transforming the labor market to form a new direction of the economy are suggested.

**Keywords:** the labor market, the demand for specialists, informal employment, innovation in the development of the economy.

На данном этапе большинство регионов РФ чувствуют острую нехватку рабочих рук, увеличивается экономическая нагрузка на занятое население.

Большинство предприятий города Кемерово испытывают такую проблему, как низкий квалификационный уровень персонала. Повышение квалификации и профессиональное обучение занимает на рынке труда важную роль. Для повышения квалификации работников требуется обеспечить переподготовку кадров, возможность получить высшее образование нужного профиля в соответствии со спецификой данного предприятия или рабочего места. Пока не установится четкая система подготовки кадров на рынке труда, низкий уровень квалификации персонала будет оставаться главной проблемой.

Чтобы безработные граждане соответствовали требованиям рынка

труда, в Кемеровской области осуществляется профессиональное обучение этих граждан. Служба занятости направляет на обучение только по курсовой системе подготовки - от одного месяца до девяти. Средний период обучения - 4 месяца. В целом за счет средств службы занятости направляют на обучение ежегодно около 10-12 тыс. безработных.

В рамках участия службы занятости в реализации приоритетных национальных проектов осуществляется обучение штукатуров, маляров, плотников, столяров и других квалифицированных рабочих кадров, которые будут строить жилье для Кузбассовцев. Кроме того, граждане проходят обучение для последующей работы в сфере предпринимательской деятельности, где наиболее востребованы услуги автосервиса, а также связанные с ремонтом сложной бытовой техники. Перечень направлений профессиональной переподготовки постоянно обновляется и расширяется в зависимости от потребности, сложившейся на рынке труда.

В 2016 году на обучение было направлено на 46 % больше человек, чем в 2015 году, а закончили обучение на 4,9% меньше<sup>3</sup>. Число прошедших обучение с каждым годом падает. За анализируемый период увеличилось получение профессиональной подготовки на 16,8% и повышение квалификации на 13,5%. Что касается работников, прошедших переподготовку, то здесь наблюдается спад почти на 42%.. С каждым годом все меньше и меньше работников осваивают вторые (смежные) профессии. За пять лет снижение составило 23%.

Существует целый перечень специальностей, которые требуются на рынке труда в большом количестве на протяжении длительного времени<sup>4</sup>. Это, прежде всего водитель автомобиля, медицинская сестра, уборщик производственных и служебных помещений, дворник, штукатур, подсобный рабочий и т.д. Заявленные вакансии не всегда заполняются в полном объеме, так как профессиональные качества безработных во многих случаях не соответствуют предъявляемым требованиям работодателей, а условия работы и оплата труда не соответствуют запросам безработных. Определенная часть вакансий оплачивается ниже прожиточного минимума, поэтому представляет интерес только для граждан, занятых поиском дополнительного заработка.

Как следствие, возникает такой процесс, как неформальная занятость. Неформальная занятость усиливает неравенство доходов, которая для нашей страны чрезмерна, а это в свою очередь влечет за собой социальную напряженность в обществе, которая может привести к тяжелым последствиям для страны<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Федеральная служба государственной статистики по Кемеровской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kemerovostat.ru>

<sup>4</sup> Сагдеева, Л.С. Кемеровская область: кадровый потенциал и реальные потребности региональной экономики в рабочих и специалистах/ Л.С. Сагдеева // Человек и труд. – 2008. – №3. – С. 41-43

<sup>5</sup> Савинцева, С.А. Социально-экономические последствия неформальной занятости населения / С.А. Савинцева, А.Т. Шайхутдинов // Успехи современного естествознания №4, 2012 С. - 86-87

В регионе среди рабочих наиболее востребованы профессии основного технологического профиля для работы на новом современном оборудовании с использованием новых современных технологий.

Инновационность развития экономики будущего уже не может основываться на переподготовке отдельных работников или их категорий. Руководители стали требовательнее относиться к образованию своих кадров, требования к уровню образования возросли на 20,5%. Профессионализм, наличие опыта работы для работодателей находится на втором месте и составляет 27%, увеличение по сравнению с 2003 г. на 7%.<sup>6</sup>

В регионе возникает неудовлетворенность крупного бизнеса традиционными моделями обучения, которая приводит к внедрению принципиально новых подходов к образованию.

Частично крупные корпорации решают эти проблемы самостоятельно и создают собственную систему образования – корпоративные учебные заведения. Сегодня практически каждая уважающая себя крупная фирма стремится обзавестись учебным центром, оснащая его всем необходимым оборудованием и приглашая высококвалифицированных преподавателей. Некоторые солидные компании идут еще дальше, создавая собственные корпоративные университеты или открывая корпоративные факультеты в известных государственных вузах.

Выполнение перспектив развития промышленности и в целом региона требует опережающей системы образования, новых образовательных программ, формирования крупных образовательных центров, перестройки системы профессионального образования, создания полноценных систем подготовки кадров.

#### **Использованные источники:**

1. Сагдеева, Л.С. Качество человеческого капитала как фактор социально-экономического развития региона. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Кемеровский государственный университет. Санкт-Петербург, 2012 с. 174

Сагдеева, Л.С. Кемеровская область: кадровый потенциал и реальные потребности региональной экономики в рабочих и специалистах/ Л.С. Сагдеева // Человек и труд. – 2008. – №3. – С. 41-43 (0,4 п.л.)

3. Савинцева, С.А. Социально-экономические последствия неформальной занятости населения / С.А. Савинцева, А.Т. Шайхутдинов // Успехи современного естествознания №4, 2012 С. - 86-87

4. Федеральная служба государственной статистики по Кемеровской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kemerovostat.ru>

---

<sup>6</sup> Сагдеева, Л.С. Качество человеческого капитала как фактор социально-экономического развития региона. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Кемеровский государственный университет. Санкт-Петербург, 2012. – С.134

*Чеботарев А.П.*  
*старший преподаватель кафедры*  
*тактико-специальной подготовки*  
*подполковник полиции*  
*ВФ ФГКОУ ВО РЮИ МВД России*  
*Россия, г. Волгодонск*  
*Chebotarev A.P.*  
*starshiy prepodavatel' kafedry*  
*tactical-special training*  
*lieutenant colonel*  
*VF FGKOU IN THE RYI OF THE MOI OF RUSSIA*  
*Russia, Volgodonsk city*

**ДУАЛЬНОСТЬ СОЗНАНИЯ**  
**DUAL'NOST' SOZNANIYA**

**Аннотация:** *Данная статья посвящена проблеме эволюции человеческого сознания, освобождению его от статичности и деградации.*

**Annotation.** *Dannaya stat'ya posvyashchena probleme evolyutsii chelovecheskogo soznaniya, osvobozhdeniyu yego ot statiki i degradatsii.*

**Ключевые слова:** *дуальность, двойственность сознания, Дзен, Исихазм, Дао, Буддизм.*

**Key words:** *dual'nost, dvoystvennost' soznaniya, Dzen, Isikhazm, Dao, Buddizm.*

Существует расхождение во мнении, что религиозные догматы засоряют человеческое сознание и тормозят развитие общества. Думается, что данный тезис родился, как искушение, предназначенное для искажения истинных целей и задач любого духовного учения.

В Библии есть эпизод, когда евреи потребовали от Самуила, бывшего в то время судьёй, чтобы он возвёл на престол царя, как у всех прочих народов. Напрасно Самуил убеждал своих соплеменников, что царь будет лишним посредником между Богом и избранным народом, который дотоле не знал никакой власти, кроме десницы Творца. Евреи настояли на этом, ибо их сознание уже было заражено подобным посредничеством.

Проблема дуальности сознания и есть основной тормоз развития человечества, ибо воля Всевышнего трансформируется в лабиринтах человеческого эго, порой превращаясь в полное её отрицание. Любая религия описывает наш мир, как некую иллюзию, которая является тленной и мимолётной, имеющей в своей основе древний порок. Подтверждение данному тезису мы можем найти внутри своего сознания. Человек наполняет свою жизнь рядом условностей, которые формируют принцип зеркальности.

Суть данного принципа состоит в том, что человеческое сознание с бесчисленным набором условностей представляет собой совокупность зеркал, расположенных под различными углами. Любая информация, попадающая на эти зеркала, начинает преломляться в самых немислимых

конфигурациях.

В учении Дзен мы встречаем постулат, который предписывает сознанию зеркальную не замутнённость, словно это гладь спокойного озера. Но сколь велико искушение предусмотреть все жизненные ситуации и на каждый случай иметь своё зеркало. Дети, придумывая свои игры, часто обставляют их массой сложных правил, которые порой невозможно запомнить. Порой эти игры становятся настолько запутанными, что дети автоматически отказываются в них играть.

Почему это происходит? Ответ прост. Игра должна быть, во-первых, простой, а во-вторых увлекательной. Иначе в её никто не будет играть. Взрослые игры по запутанности отличаются от детских в худшую сторону. Причём история в данном аспекте ничему нас не научила. Рушились государства, менялись общественно-экономические формации, но человечество почему-то, с завидным упорством, продолжало наступать на одни и те же грабли. Реальность порой диаметрально отличается от матрицы нашего восприятия.

Здесь уместно вспомнить Лао Цзы, который сказал: «Тот, кто свободен от страстей видит извечную тайну Дао. Тот, кто имеет страсти, видит их только в конечной форме». Каждая наша страсть – это зеркало сознания, и мы, к сожалению, воспринимаем изначальное лишь через совокупность зеркального преломления. Вот такой многоликий посредник присутствует внутри нас, определяя судьбы мира сего. Любая религия на деле отрицает всяческие условности, так как не может быть никакого посредничества между Богом и человеком, как духовной сущностью. «Дао просто, но в применении неисчерпаемо», – утверждает Лао Цзы, указывая, что Божественность есть изначальная девственная простота.

Блаженный Августин повествует примерно в таком же ключе: «Возлюби Господа Бога и делай что хочешь». Религиозный философ развивает в своей фразе эволюцию творческого начала личности в Боге, ибо он есть подлинная духовная свобода. Здесь может возникнуть множество вопросов на тему свободы творческого начала. Но они все пресекаются одной фразой Апостола Павла: «Знание надмевает. Любовь животворит».

Всё дело в том, что благодать, которая исходит от Бога, имеет совсем иную природу, чем любое человеческое знание. Она многомерна. И поэтому знание, полученное непосредственно от творца будет многоаспектным, в какой бы области оно не состоялось. Ярким примером тому может служить житие архиепископа Крымского Луки, который был одновременно религиозным философом, профессором медицины, оперирующим хирургом и разумеется, управлял Крымской епархией. Поэтому религию не стоит рассматривать, как совокупность обрядов, предназначенных для поклонения. Это неприемлемо.

Главная и важнейшая задача каждого духовного учения – достичь естественности сознания, детской непосредственности, способности вернуться к первоизданной простоте. Христиане говорят, что их учение – это

вера.

Буддисты провозглашают свободу от привязанностей. Даосы видят полезность в пустоте. И никаких опосредующих условий. Всё просто, потому, что ничем не опосредовано. Всё на первый взгляд логично. Уничтожается тот самый царь в голове, которого мы взращиваем и культивируем, как исправные идолопоклонники. Именно это и констатирует Ветхий Завет. Именно цари привели евреев к идолослужению и отступничеству.

Настало время проанализировать методологию устранения дуальности сознания с чисто научной точки зрения. Когда великого мастера Дзен Догэна Дзендзи спросили: «В чём сущность Дзен?» Он ответил: «Когда я хочу есть – ем. Когда я хочу спать – сплю». То есть имеет место сосредоточение на каждом действии до уровня абсолютного присутствия в нём. Обычно каждый объект или действие оцениваются нашим сознанием по многим критериям, относительно наших субъективных притязаний к этому миру. Тем не менее, реальность абсолютно иная. Ничто из того что нас окружает не нуждается в нашей оценке, ибо оно никакой оценке не подвластно.

Реальность объектов в мире, окружающем нас, абсолютно иная по сравнению с видимыми параметрами. Можно попробовать посмотреть, например, на любое дерево за окном. При этом устранить все посторонние мысли, кроме наличия этого самого дерева, которое просто есть. Оно ни плохое, ни хорошее. Просто присутствует и всё. И нет ничего иного в мироздании, кроме этого дерева.

Сразу наступает необычное ощущение расширения границ восприятие объекта. Он заполняет сознание и открывает свой мир. Это иная жизнь, но она связана с нами и мы – её часть. Это реальность. Она чужда плоскостного восприятия, которое ставит нас в зависимость от целого ряда материальных факторов, отрывающих нас от единого целого. Мы – часть мировой гармонии, имеющей многомерную природу. И наши попытки дистанцироваться от неё просто смехотворны и нелепы. Мы выстраиваем систему кривых зеркал в сознании вместо того, чтобы постичь органичность своего перманентного присутствия в мироздании.

Стоит вспомнить красноречивое изречение Будды: «Посмотри на этот мир, подобный пёстрой царской колеснице. Среди барахтающихся глупцов у мудрого нет привязанностей». Именно сравнение с пёстрой царской колесницей как нельзя лучше отражает принцип зеркальности сознания.

С другой стороны, освобождение от привязанностей определяет принцип пустоты сознания, который в древности описывался достаточно образно: «тридцать спиц соединяются в ступице, образуя колесо. Но употребление колеса зависит от пустоты между спицами. Из глины делают сосуды. Но употребление сосудов зависит от пустоты в них. Пробивают двери и окна, чтобы сделать дом. Но пользование дома зависит от пустоты в нём. Вот почему полезность чего-либо имеющегося зависит от пустоты». Достижение пустоты сознания изменяет вектор восприятия реальности, так



как выводит личность вне пространственно-временных критериев.

Удобнее всего проследить этот момент на примере принципов Исихазма –мистического течения в христианстве, разработанного архиепископом - Фесалоникийским Григорием Паламой. Его учение «Об умной молитве» предполагает изначальную борьбу с помыслами.

Отцы церкви говорили: «Помысел, как мышь. Сначала забирается в голову. Потом пролезает в сердце». Адепты этого учения, находясь на непрерывной молитвенной вибрации, очищали свой внутренний сосуд с помощью дыхательных упражнений. Энергия молитвы с помощью дыхания проходила через голову и сердце. Далее следовал выдох. Молитва звучала непрерывно, пока разум не растворялся в ней. Тогда начинало молиться сердце. Оно молится без всяких усилий. И эта молитва никогда не перестаёт.

Так вот, именно через эти молящиеся сердца к нам пришла любовь, которая «долго терпит и милосердствует».

## Оглавление

<i>Белюсова И.В.</i> , РОЛЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ .....	3
<i>Гладков Д.В.</i> . ОТДЕЛЬНЫЕ ОПЕРАТИВНО - РОЗЫСКНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК СПОСОБ ВЫЯВЛЕНИЯ ЛАТЕНТНЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ .....	9
<i>Гребенникова Е.Г.</i> , ОТКРЫТОСТЬ И ПРОЗРАЧНОСТЬ В БЮДЖЕТНОМ ПРОЦЕССЕ ФОРМИРУЕТ ДОВЕРИЕ У НАСЕЛЕНИЯ И КОНТРОЛИРУЕТ КОРРУПЦИЮ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ.....	13
<i>Даскалеску А.А.</i> , ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ .....	16
<i>Кавун Д.А., Мысливцева К.А.</i> , АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ЗАТРАТ .....	20
<i>Каранда А.В.</i> , МУНИЦИПАЛЬНЫЕ РАЙОНЫ КАК ОРГАНЫ ОБЩЕЙ КОМПЕТЕНЦИИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ .....	27
<i>Конов В. А., Щелоков В. Е., Кузьмина Г.Ю.</i> , ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: ТЕНДЕНЦИЯ К РАЗВИТИЮ ИЛИ УГРОЗА БЕЗРАБОТИЦЫ? .....	36
<i>Кортиева К. Р., Ростова Д.В., Кирова И.В.</i> , АНАЛИЗ КОНЪЮНКТУРЫ МИРОВОГО РЫНКА МАШИН И ОБОРУДОВАНИЯ.....	40
<i>Курьянова А.Д.</i> , ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В БАНКЕ ВТБ (ПАО).....	52
<i>Леско Е.С.</i> , МУЛЬТИЛИНГВАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИЯЗЫЧНОЙ ЛИЧНОСТИ .....	56
<i>Макаренко В.С., Дробязин А.С., Русый Н.Ю.</i> , ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА УРОВЕНЬ КОММЕРЧЕСКОГО ОЖИДАНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА.....	59
<i>Маслов Д.В.</i> , МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ЧЕРЕЗ E-MAIL РАССЫЛКУ .....	63
<i>Назаренко А. Я.</i> , СОЦИАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ ДОРОЖНО-ТРАНСПОРТНЫХ ПРОИСШЕСТВИЙ .....	71
<i>Нуриева А.Р.</i> , ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАРОДНЫХ ИГР В РАЗВИТИИ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА	74
<i>нуриева А.Р.</i> , НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТРАДИЦИИ В ВОСПИТАНИИ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА.....	77
<i>Нуриева А.Р., Ахметвалеева Г.Р.</i> , РАЗВИТИЕ ДИАЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА .....	80

<i>Нуриева А.Р., Мифтахова И. Р.,</i> РАЗВИТИЕ ОСНОВ ЛОГИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ У СТАРШИХ ДОШКОЛЬНИКОВ .....	83
<i>Нуриева А.Р., Шаймарданова М.А.,</i> РАЗВИТИЕ ВООБРАЖЕНИЯ ДОШКОЛЬНИКОВ ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕТРАДИЦИОННЫХ МЕТОДОВ РИСОВАНИЯ .....	86
<i>Пирогова Е.Н.,</i> ПОНЯТИЕ ПРЕСТУПНОСТИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ .....	89
<i>Провоторина В.В., Дробязин А.С., Прокофьев С. Ю.,</i> К ВОПРОСУ О ФРАНЧАЙЗИНГЕ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА .....	93
<i>Провоторина В.В., Дробязин А.С., Шпакивский А.Н.,</i> БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ.....	96
<i>Савинцева С.А.,</i> ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ .....	99
<i>Файзрахманова А.Р.,</i> СПЕЦИФИКА УЧЕТА ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО В ГЕОЛОГОРАЗВЕДОЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ.....	104
<i>Файрушина Т.А.,</i> ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА ТРУДА В РЕГИОНЕ, КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ БУДУЩЕГО.....	107
<i>Чеботарев А.П.</i> ДУАЛЬНОСТЬ СОЗНАНИЯ.....	110

Научное издание

# **ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ БУДУЩЕГО**

Материалы международной  
научно-практической конференции  
31 января 2018

Статьи публикуются в авторской редакции  
Ответственный редактор Зарайский А.А.  
Компьютерная верстка Чернышова О.А.