

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



16+

10 2018
ЧАСТЬ II

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 10 (196) / 2018

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Члены редакционной коллегии:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

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

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Жураев Хуснидин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам

Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

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

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

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

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

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

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

Международный редакционный совет:

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

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

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

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

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

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

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

Гайич Тамара, *доктор экономических наук (Сербия)*

Данатаров Агахан, *кандидат технических наук (Туркменистан)*

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

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

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

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

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

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

Кадыров Кутлуг-Бек Бекмуратович, *кандидат педагогических наук, заместитель директора (Узбекистан)*

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

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

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

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

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

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

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

Кыят Эмине Лейла, *доктор экономических наук (Турция)*

Лю Цзюань, *доктор филологических наук, профессор (Китай)*

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Федорова Мария Сергеевна, *кандидат архитектуры (Россия)*

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

Хоссейни Амир, *доктор филологических наук (Иран)*

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

Шуклина Зинаида Николаевна, *доктор экономических наук (Россия)*

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Галина Анатольевна

Ответственный редактор: Осянина Екатерина Игоревна

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

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

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

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

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

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 28.03.2018. Цена свободная.

Материалы публикуются в авторской редакции. Все права защищены.

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

На обложке изображена *Абу Зейд Абдурахман ибн Мухаммад аль-Хадрами* (1332–1406), более известный как Ибн Хальдун — арабо-мусульманский историк, философ и государственный деятель.

Ибн Хальдун родился в Тунисе в знатной семье выходцев из Андалусии. В своем родном городе он изучил основы исламской религии, грамматику, право, пиитику, а после вынужденного переезда в Испанию составил трактат по логике и написал несколько стихотворений. Ибн Хальдун, начав карьеру придворным писцом, стал профессиональным политиком, занимал в Северной Африке и Гранаде должности советника, посла, министра. В сорок три года оставил занятия политикой и посвятил себя науке и преподаванию. Враждебное отношение к нему тунисских богословов вынудило Ибн Хальдуна бежать в Каир, где он был назначен на пост верховного кади маликитов. В конце жизни недолгое время находился на службе у Тамерлана.

Особый вклад Ибн Хальдун внес в актуальную и сегодня экономическую теорию, выраженную в труде «Мукаддима» («Введение в историю»), где ученый говорит о необходимости обеспечения свободного рынка без государственного вмешательства, технической базы для внешней и внутренней торговли, об уменьшении государ-

ственных издержек на наемную армию, о минимальном налогообложении. Еще во второй половине XIV века, задолго до Адама Смита, Ибн Хальдун выступал в поддержку разделения труда, которое, по его мнению, наряду с экономическими излишками привело бы к государственному подъему. По мнению ученого, роль государства заключается в охране закона и порядка, способствующих хозяйственной деятельности, а также в защите имущественных прав, торговых путей, мира и стабильности. Он считал, что лучшее государство — государство с минимальным бюрократическим аппаратом, минимальной армией и минимальным налогообложением, которое поддерживает мелких ремесленников и делает все для обеспечения хорошей жизни своих граждан.

В XIX веке на волне интереса к восточной культуре ученые обратились к «Мукаддима»; первым это сделал французский исследователь Сильвестр де Саси. Этот величайший экономический труд был переведен на многие языки и послужил источником для изучения истории экономической теории.

В 2015 году ее именем назван небольшой ударный кратер в южном полушарии обратной стороны Луны.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Alhassan A.

Impact of conflict on poverty in Syria and economic policies for poverty reduction in post-war period.....73

Велиев Э. Ф.

Особенности маркетинга в строительстве92

Виноградов П. А.

Управление предприятием на основе теории ограничений94

Гайнутдинова Г. Г.

Особая экономическая зона и ее роль в развитии экономики региона (на примере ОЭЗ «Алабуга»)96

Иванов А. А., Гришина О. В.

Функциональный учет калькулирования себестоимости продукции: основные характеристики, особенности и проблемы 97

Малявин В. В.

Видеоконтент: новое направление маркетингового продвижения..... 102

Малявин В. В.

Мессенджеры как актуальный канал маркетингового продвижения..... 104

Сефер М. Д.

Особенности использования проектного менеджмента при реализации проектов по выводу нового продукта на рынок..... 106

Чагарбиев С. Н.

Диверсификация как стратегия устойчивого развития предприятия 108

Шмидт М. А.

Оценка режима проведения денежно-кредитной политики..... 111

Элистаева Э. Б.

Маркетинговые инструменты в процессе совершенствования стратегий развития предприятий 115

ГОСУДАРСТВО И ПРАВО

Сидоренко Р. Ю.

Взяточничество как наиболее характерная и распространенная форма коррупции..... 117

Чунеева Е. Г., Цельникер Г. Ф.

Взаимодействие государственной власти и местного самоуправления по вопросам, отнесенным к ведению субъектов..... 119

Шапарева В. В.

Проблемы применения принудительных мер медицинского характера к лицам, страдающим педофилией 121

Шевченко Т. П.

Ораторское искусство в адвокатской деятельности 123

Шелест Е. Д.

Реформирование института государственной кадастровой оценки объектов недвижимости 125

Яцук К. В., Смирнов Д. К., Мухамбетов Ж. С.

Нарушение интеллектуальной собственности 128

ИСТОРИЯ

Осипов А. С.

Состояние образовательной сферы в Ненецком округе в годы Великой Отечественной войны (1941–1945)..... 131

ПОЛИТОЛОГИЯ

- Милорава А. Р.**
Понятие параконституционного института..... 134
- Рыжкова А. Г., Милорава А. Р.**
Разновидности параконституционных институтов в мире 135
- Рыжкова А. Г., Милорава А. Р.**
Значение невербальной коммуникации в политической сфере 137
- Рыжкова А. Г.**
Характерные особенности института президентства в РФ на современном этапе 138

СОЦИОЛОГИЯ

- Абдулкимов Н. А.**
Нравственно-правовая социализация индивида в обществе 140
- Рябинская Т. С., Замогильный В. В.**
Социальное самочувствие молодёжи (на примере студентов профессиональных образовательных учреждений г. Таганрога)..... 142

- Рябинская Т. С., Кравцов С. В.**
Оценка туристской привлекательности г. Таганрога его жителями и гостями..... 143

ПСИХОЛОГИЯ

- Прокофьева М. А., Миниханова Е. В., Миниханова С. В.**
Влияние тимбилдинга на психологический климат в туристской компании «GRAND WAYS TOUR».. 147

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

- Жидовинова А. В.**
Влияние биогенной воды на динамику изменения аэробной способности организма спортсменов высокой квалификации..... 150
- Карчага Е. С.**
Развитие комплекса ГТО. История и современность 154

ФИЛОЛОГИЯ

- Sanatova A. V.**
Specialized terminology as part of financial documents and its translation 157

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Impact of conflict on poverty in Syria and economic policies for poverty reduction in post-war period

Alhassan Ali, Associate Professor in Economics
The Netherlands Institute for Advanced Study (NIAS-KNAW), Amsterdam

1. Introduction

The problem of poverty has worried human society since ancient times. But, in spite of this, mankind has not managed to solve this problem and poverty continues to be an inalienable feature of any society.

Poverty is the lack of the ability to fulfill the most basic necessities of life. This is a state where a person, for a number of physical, psychological or external reasons, is unable to realize himself socially and culturally. Poverty is an indicator of the lack of justice and equity in society.

Poverty in any country of the world symbolizes the hunger and nourishment. as for Syria, it is an middle income country and 85 % of population suffering the disease of poverty creating hunger and under nourishment in them.

War in Syria has heavy human, economic, and social costs and is a major cause of poverty. The purpose of his study is to examine the effect of the war on poverty in Syria and to find some policies, which can help to reduce poverty in post war period.

2. Poverty in the world

Poverty is the enemy of the humanity:

- every day, poverty kills more than 50,000 innocent people — 18 million every year¹.
- More people die as a result of extreme poverty than of any other cause.
- A total of 1.45 billion people from 103 countries are poor (considering 2013 population data). 48 % of the poor people live in South Asia, and 36 % in Sub-Saharan Africa².
- About 896 million people in developing countries live on \$1.90 a day or less and 22,000 children die each day due to conditions of poverty, Every 10 seconds, a child dies from hunger-related diseases³.
- Due to the lack of infrastructure in most countries, 6 to 8 million people die annually from the consequences of disasters and water-related diseases⁴.

The poverty rate at \$1.25 a day is the proportion of the population living on less than \$1.25 a day, measured at 2005 international prices, adjusted for purchasing power parity (PPP). In October 2015, the World Bank updated the international poverty line to \$1.90 a day, and that is what we call the global extreme poverty line.

Measuring poverty is very difficult. A key difficulty in measuring global poverty is that price levels are very different in different countries, and every country sets its own standards for what is necessary for basic living. There are climate variations: what a person needs to survive in Central Asia for caloric intake, clothing, shelter, and heat is different from what is needed in a tropical location. And the standards vary with development. Richer countries will set a higher standard for what counts as poverty.

The poverty by continent is as follows:

- 383 Million in Africa
- 327 Million in Asia

¹ World Health Organization, 2004 report.

² Global Multidimensional Poverty Index (MPI) data by University of Oxford, UK.

³ <http://www.thp.org/knowledge-center/know-your-world-facts-about-hunger-poverty/>.

⁴ <http://worldtop20.org/world-poverty-rate>.

The World»s 10 Poorest Countries

	Poverty	Clean Water	Electricity
1. Syria	82.5	92.0	96.3
2. Madagascar	75.3	14.0	15.4
3. Zimbabwe	72.3	40.0	40.5
4. Nigeria	70.0	28.0	55.6
5. Swaziland	69.0	50.0	42.0
6. Tanzania	67.9	12.0	15.3
7. Guinea-Bissau	67.0	20.0	60.6
8. Sao Tome and Principe	66.2	24.0	60.5
9. Liberia	63.8	17.0	9.8
10. Democratic Republic of the Congo	63.0	31.0	16.4

Source: The World Factbook 2016

- 19 Million in South America
 - 13 Million in North America
 - 2.5 Million in Oceania
 - 0.7 Million in Europe
- (World Development Indicators)

3. The case of Syria

Syria is a middle-income country with an economy based on agriculture, industry, oil, trade and tourism.

Economic liberalisation began in 1991, and over time Syria turned out from its socialist economy towards market economy. In 2007 GDP per capita in Syria reached 2,058.04 USD¹

War in Syria is one of the greatest humanitarian catastrophes of our time. More than 12.8 million people in Syria require health assistance and more than seven million are food insecure amid rising prices and food shortages. (UN Office for the Co-ordination of Humanitarian Affairs)

3.1. Pre-crisis Economy of Syria

There are some Pre-crisis information gaps:

- Labour force surveys have been undertaken, the latest one in 2011, there are different factors that render results of these surveys incomplete: For instance, a large part of the economy is informal and is not covered by the surveys.
- The Central Bureau of Statistics of Syria website is no longer online. This has led to difficulties in accessing the official figures of the baseline data.
- The structure of the Government-oriented economy, which does not disclose all the information to the public especially during shocks, is a major obstacle to analysis and forecasts.

Pre-crisis Syria ranked among the most secure countries and it was «fast-growing country from the lower middle income countries, and overall. GDP grew by 4.3 per cent between 2000 and 2010, this growth covered by non-oil sectors².

Gross domestic product (GDP) in Syria in 2010 exceeded 64 billion dollars, the government»s contribution in Gross domestic product (GDP) reached 22%, while the Syrian oil sector ranked 27th in the world in terms of production, which exceeded 400 thousand barrels per day, while oil revenues were 7% Of GDP.

Syria recorded a debt estimated between 19% and 23% of GDP in 2010, low compared to world averages³

The agriculture sector has a major importance in Syria, it contributes an estimated 22–24% of the GDP of Syria and agrarian products constituted 16–22% of total exports in 2010. About 80% of the rural population in Syria practised farming for their livelihoods, either on their own farms or as casual labourers⁴.

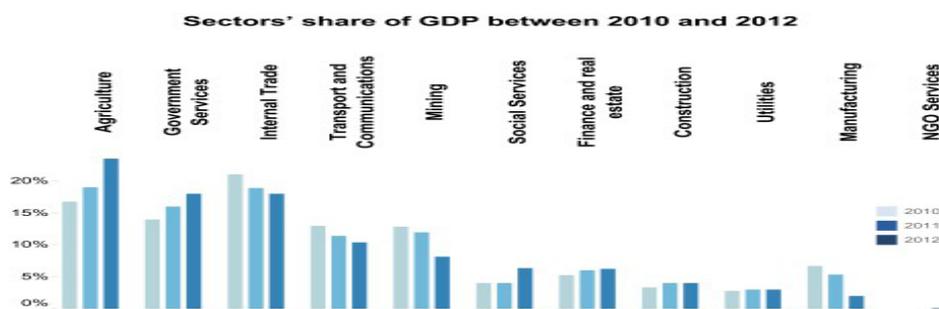
All the components of GDP, consumption (private and public), investment, government expenditure and trade have been severely impacted by the crisis.

¹ tradingeconomics. com World Bank).

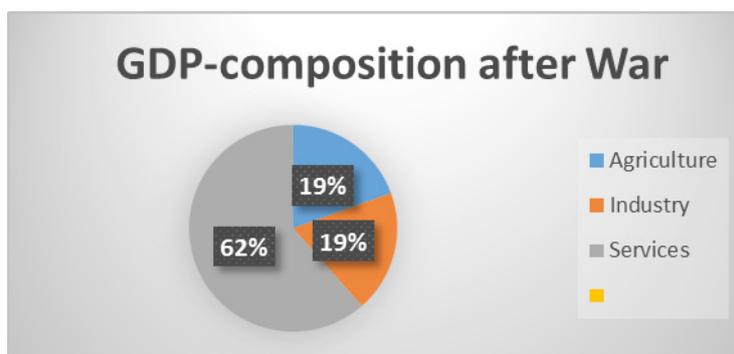
² Central Bureau Of Statistics, Syrian statistical abstract,2011).

³ (Central Bureau Of Statistics , Syrian statistical abstract,2011.

⁴ Central Bureau Of Statistics , Syrian statistical abstract,2011.



GDP — composition, by sector in Syria before the war
 Source: Syrian Center for Policy Research, 2013/03



GDP-composition, by sector in Syria after six years of the war
https://theodora.com/wfbcurrent/syria/syria_economy.html

3.2. Poverty in Syria before the war.

The five-year plans of successive Syrian governments have failed to eliminate poverty or stop the decline in the standard of living of citizens in Syria, despite placing it at the top of the list of general objectives of those plans, because of weakened of the policies and economic strategies that were followed by those governments, on the one hand, On the other hand, wasting the resources and capacities of the country as a result of the failure of the policies and showing the misleading economic indicators that were issued by the public sector institutions which were aimed to polish the reality of these institutions and their economic activities and to reflect the fake efficiency of the managers who are based on them.

Figures on poverty rates from Syrian government were often incorrect.

In October 2004, according to a report on the results of the survey of income and expenditure of Syrian households issued by the Central Bureau of Statistics, in which the poverty rate in Syria is only 7.7 % and in another report released by the State Planning Commission in February 2012 the figure was 11.4 %.

The latest poverty survey is from 2007 and there is a lack of updated statistical data on poverty levels per governorate.

According to a 2007 UNDP report on Syrian poverty, extreme poverty was affecting around 12 % of the population (around 2.4 million people).

A report issued by the Organization (ESCWA) said that this figure exceeded 23 % in 2010.

The north-eastern region has traditionally been the poorest area, with an extreme poverty rate of 15.4 %. Poverty and food insecurity is most prevalent among agriculturalists and nomads.

According to official statistics, the poverty in Syria before the war hovered around the 30 % of population. This means that a third of Syrians lived on or below the poverty line.

The problem of poverty before the war was generated by the interaction of a number of causes.

We can summarize the causes of poverty in Syria that it a result of inherited policies and inefficiency in the development of human and natural resources.

These causes can be divided into two categories:

External and internal.

The important aspect as regards the external factors were bad international Political and Economic relations. Syrian foreign relations before the war were unstable with other countries especially with USA and Europe, this affected on Syria's integration into the global capitalist economic system. Syria was isolated both regionally and internationally, this made a risk for foreign investors. The sovereign risk for Syria's public debt stock was high given Syria's poor repayment record, hence Syria was ineligible to borrow from the multilateral institution.

As regards the internal factors, three factors can be observed:

— **Natural causes**

Syria is a country of limited resources, It is an agriculture country with a limited area of land suitable for agriculture and in particular irrigated Agriculture.

Poverty in Syria increased by Climate Changes, It has faced a lack of rainfall and drought in last years.

These factors have had a clear impact on the entrenchment and exacerbation of poverty within most Syrian provinces.

— **Social legacies causes**

The most significant of these legacies is the abstention of men in some areas of Syria from undertaking agricultural and artisanal activity, tasking women and hired labourers with performing work which they are capable of doing themselves.

A second factor within this group, also related to women, is the fact that many people are still resistant to the idea of women working, or object to women undertaking particular forms of work.

— **The policies causes**

These policies which have led to increased poverty. Over recent years such policies have exacerbated this problem in spite of their publicised aims of fighting or reducing poverty.

A— The first, and most significant, of these factors is the content and result of the economic and social development plans which have been established and implemented by successive Syrian governments. These plans have demonstrated the authorities» inability to execute real, serious development.

These ill-thought out policies and unforeseen natural transformations has driven hundreds of the region»s residents to migrate either internally or externally, fleeing from poverty and destitution.

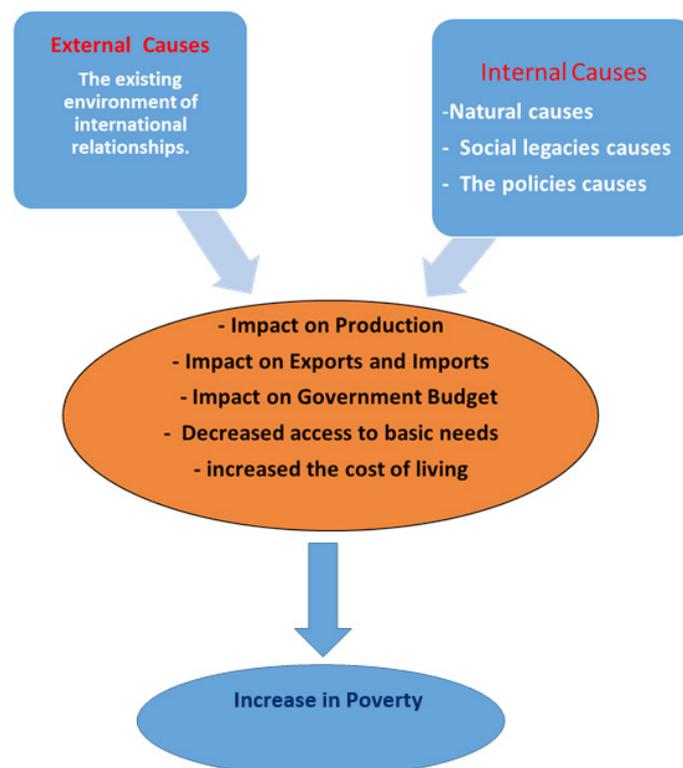
B— Financial and taxation policies, which led to rising rates of inflation and unfair treatment of the lower social classes. Taxes applied to the lower classes such as civil servants, most of whom are poor, have been intensified, while exemptions, soft taxation policies and facilitations are granted to the wealthy and to project owners.

C—Corruption through:

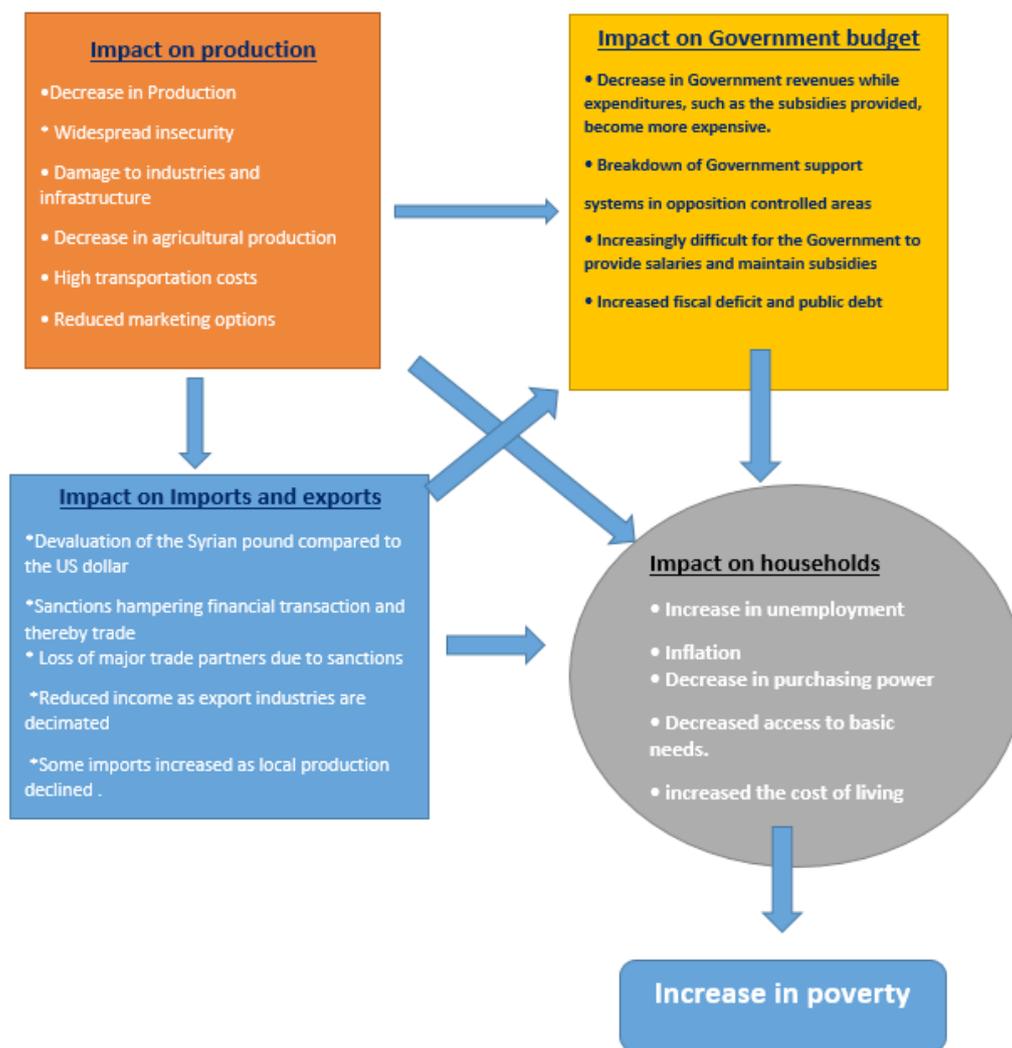
- spread of the theft and appropriation of public wealth and the state»s lands,
- taking of commissions and bribes.
- squandering of talent and energies.
- destruction of potential and opportunities which could contribute towards development and progress

D— Collapse of the social security system, which — despite the extreme weakness that characterises this system in Syria — affects the poor and needy more than others.

E— Manifested in the government»s reluctance to tackle phenomena which strengthen the grip of poverty. These include unemployment, corruption, the collapse of education and lowering levels of training.



Causes of Poverty in Syria before the war



Impact of the crisis on the Syrian economy and Poverty

3.4. Syrian Economy after six years of war

There are information gaps in this period:

- The informal economy has reportedly increased during the conflict.
- The data of this period is primarily based on estimations or numbers relying on assessments and economic models.
- There is little information available on market related issues such as the pre-crisis and current market supply chain.

Syria’s six-year conflict has ravaged its infrastructure and caused losses to its economy of \$226 billion, according to estimates by the World Bank¹.

The crisis and associated sanctions have disrupted trade and markets. Oil production has decreased dramatically and phosphate exports halted.

Over 800,000 houses have been partially or severely damaged in the conflict, and 400,000 have been destroyed (documents.worldbank.org)

The unemployment rate is estimated at about 50%, up from about 10 percent at the beginning of the conflict².

An estimated USD 16 billion worth of agricultural production and assets has been damaged and destroyed since the beginning of the war, according to FAO

The World Bank found an average of 538,000 jobs had been lost annually between 2010 and 2015. The unemployment rate is estimated at about 50%, up from about 10 percent at the beginning of the conflict.

More than half of all Syrians have been forced to leave their homes — over 14 million people need humanitarian assistance, including more than 6 million children³

¹ <http://www.worldbank.org/en/country/syria/publication/the-toll-of-war-the-economic-and-social-consequences-of-the-conflict-in-syria>.

² The World Factbook — Central Intelligence Agency.

³ World Vision Staff, <https://www.worldvision.org/refugees-news-stories/syria-refugee-crisis-war-facts>. July 13, 2017

4.3 million people are in need of shelter assistance throughout Syria¹

The lack of safe drinking water in many besieged and hard-to-reach areas is increasing the risk of waterborne diseases.

6.9 million people are food insecure in Syria. An additional 3.1 million people are estimated at risk of becoming food insecure².

8.2 million people are in need of WASH. Two thirds of the population have no consistent access to safe water³.

Poor sanitation is a concern across the country

A total of 4.4 million children and pregnant and lactating women were in need of nutrition support⁴.

No electricity is available in several areas of the country

Due to the conflict, 6.1 million people are in need of education assistance. 1.75 million children are out of school⁵.

3.5. Poverty in Syria after 6 years of war

War in Syria has been identified as a cause of the persistence of poverty. This is as a result of the damage to infrastructure, institutions and production; the destruction of assets; the breakup of communities and networks; and death and injury to people. These outcomes of violence may push vulnerable households below the poverty line, particularly amongst households with widows, orphans and disabled individuals.

Due to the conflict, extreme poverty has increased from 2.2 million in 2010 to 3.7 million in 2012⁶

FCFS (Firil center For Studies FCFS, Berlin, Germany) conducted an economic research on the living conditions in Syria in May 2016. It was found that in order for the Syrian citizen to live a life similar to what he was living in 2010, his monthly salary must be 240 thousand SP, equivalent to \$ 470, while the Syrian employee today about 18 thousand pounds per month, or equivalent to \$ 35 per month and \$1.16 a day.

According to FCFS, the majority of Syrian families are living below the global poverty line (with the exception of war traders), the World Bank in 2015 raised the poverty line to \$ 1.9 per day per person, which is not realized in Syria today.

The majority of Syrian families, especially in the besieged-contiguous areas, live with the lack of basic necessities of clean water and foods, as well as medicines and sterilizers.

In 2013, 2014 and 2015, there were cases of starvation or lack of treatment and medication in the besieged areas, in addition to cases of permanent disability caused by harsh war conditions.

Poverty continued to deepen throughout the country. Household budgets of the increasingly jobless, poor and desperate population are being squeezed by price inflation of basic goods and heating and cooking costs. The prices of basic goods are usually higher in conflict zones than elsewhere due to their scarcity as a result of the security situation, limitation on transportation and lack of access due to blockades. In general, the governorates with the most widespread and intense levels of armed conflict and lowest levels of security have the highest unemployment rates, as well as the highest poverty rates. The number of people living in poverty is continuously increasing. Around 50 per cent of the population are unable to even meet their basic food needs.

Population below poverty line 82.5% (2014 est⁷).

4 in 5 people in Syria lived in deepening poverty by the end of 2016.

85% of the population are living in poverty. 69% of the population are living in extreme poverty, 35% of whom are living in abject poverty.

Nearly 7 million children in Syria are living in poverty⁸.

Poverty in Syria has economic, political, demographic, geographic, environmental, and policy roots and causes.

To evaluate impact of the war on poverty in Syria we made a questionnaire on google drive.

¹ UNHCR — Syria Factsheet September 2017.

² <http://www.fao.org/giews/countrybrief/country.jsp?code=SYR>.

³ UNHCR — Syria Factsheet September 2017.

⁴ <https://www.nrc.no/perspectives/2017/the-human-accounting>.

⁵ ACAPC. Assessment Capacities Project Country 2017. <https://www.acaps.org>

⁶ SCPR2013/01, Assafir2013/03/25

⁷ http://www.indexmundi.com/syria/economy_profile.html

⁸ <https://www.nrc.no/perspectives/2017/the-human-accounting>

استبيان حول الفقر في سوريا 2017. Questionnaire about Poverty in Syria

العمر Age

الجنس Male or Female

المهنة Profession

التعليم Education

المنطقة Region

متوسط الإنفاق الشهري 1-Average Monthly Expenditure

	Expenditure in SYP النفقات بالليرة السورية
Food الغذاء	
Housing السكن	
Clothes الملابس	
Education التعليم	
Health الصحة	

متوسط الدخل الشهري 2- Average Monthly Income

	Income in SYP الدخل بالليرة السورية
Wages / salaries الرواتب والأجور	
Rent property تأجير العقارات	
Pension راتب تقاعد	
Financial assets Bank deposits, bonds and equities الأصول المالية الودائع البنكية والسندات والأسهم	
Other أخر	

عدد أفراد الأسرة العاملين 3- Number of Family members at work

	Number العدد
Total المجموع	
At work في العمل	
At school في المدرسة	
Unemployed عاطلين عن العمل	
Outside the country خارج البلاد	

The questionnaire has been sent on September 23th till 16th of November. 116 responses have been received. The result and analysis of questionnaire were as below.

4. The results and analysis of questionnaire

To analyze the Results of Questionnaire I used Excel and SPSS statistical programs.

The SPSS Statistical procedure requires all variables to be numeric. So all used data have been changed to numeric as below:

Age

18–251

26–352

36–453

46–554

56–655

65+ 6

Sex

Male 1

Female 2

Profession

Public Sector employee 1

Private sector Employee 2

Private job 3

Unemployed 4

Education

Ph. D. 1

Master 2

University 3

Secondary school 4

Basic Education 5

Region

Damascus 1

Reef Damascus 2

Homs 3

Hama 4

And so on all other cities

Average Monthly Expenditure and Average Monthly Income have been symbolized as bellow:

0–10.0001

10.000–15.0002

16.000–20.0003

21.000–25.0004

26.000–30.0005

31.000–35.0006

36.000–40.0007

41.000–45.0008

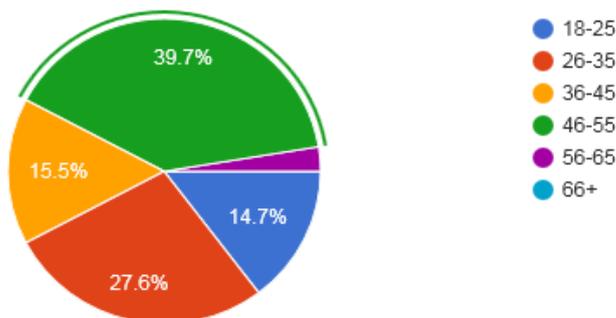
46.000–50.0009

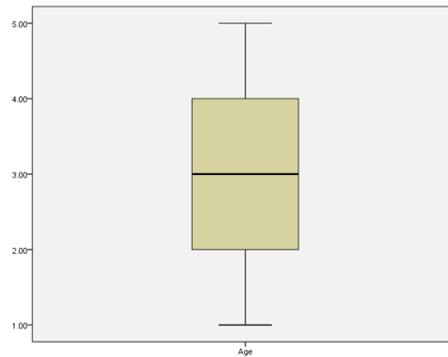
51.000–55.00010

56.000–60.00011

61.000–65.00012

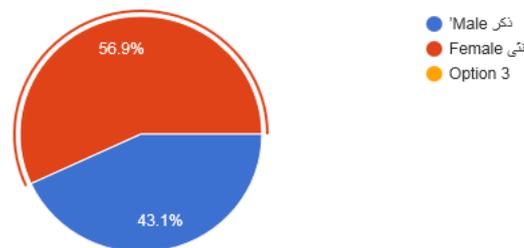
65.000+ 13

4. Analysis of Questionnaire**4.1 Age**



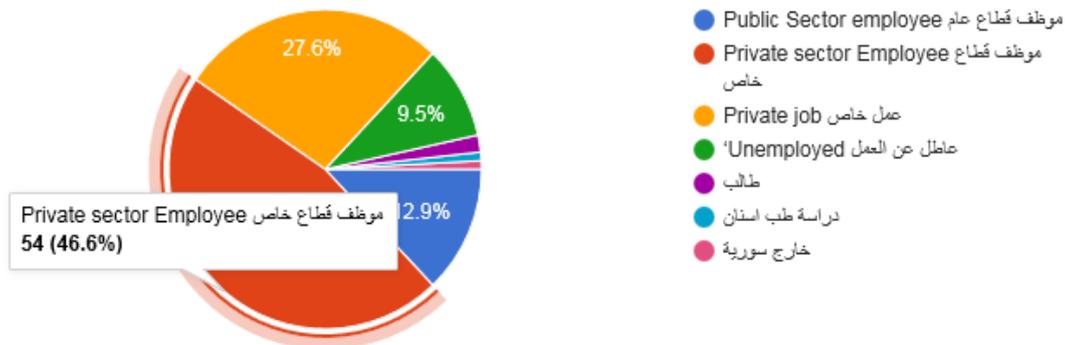
As we see on box plots graph the median of age was 35–45 years (it is 3 by SPSS). This slice of population is more suffering from the life problems, the most of them already have big families and they need different of expenditures for their children.

4.2 Gender of respondents:



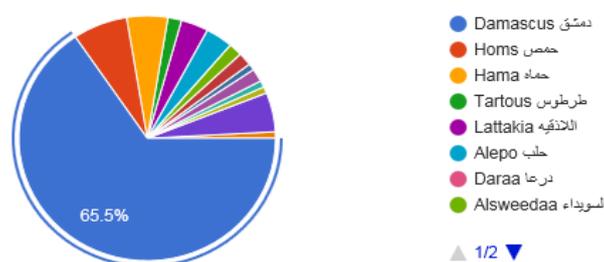
As we see that the majority of the respondents are women (56.9%) this reflects the case of Syrian society because of the war, hundreds thousands of men have fled from the country or joined the army the army then many hundreds thousands of them have been killed.

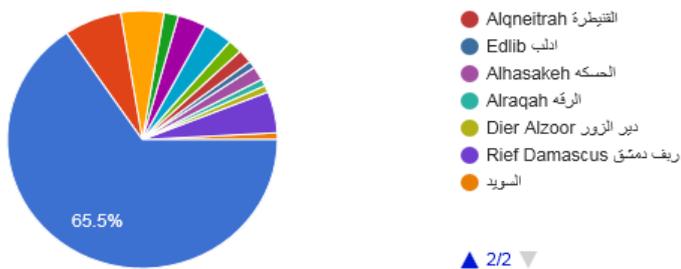
4.3 Profession



The most of respondents are private sector employees (54 %) and who has a private job (27.6%). In Syria private jobs and the jobs in private sector give more salaries and incomes, so responses from this sector in our questionnaire will give us clear picture about the level of the life in Syria.

4.4 Region



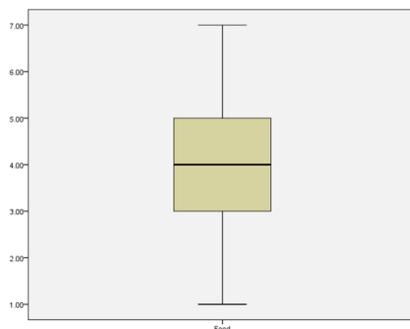
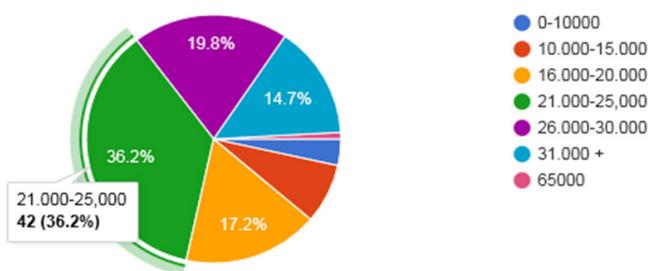


We see that the majority of respondents are from Damascus 65.5%.
Because of:

- 1 — huge percent of rural population has displaced to Damascus.
- 2 — the majority of job opportunities concentrated in Damascus.
3. access to internet in rural regions is limited.

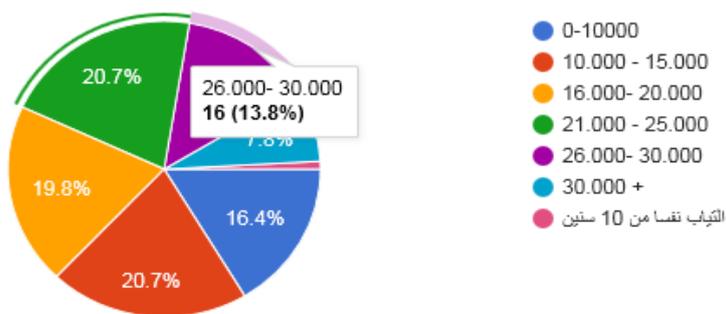
4.5 Average Monthly Expenditure:

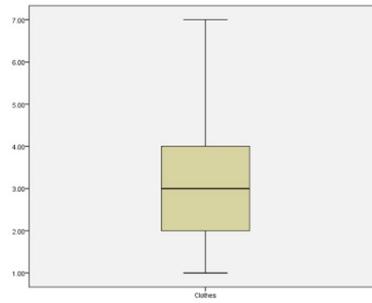
4.5.1 Monthly Food Expenditure



We see that average monthly food expenditure is about 25.000 Syrian Pounds (52 \$).

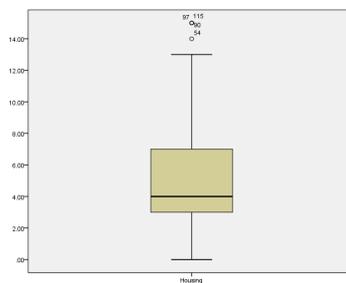
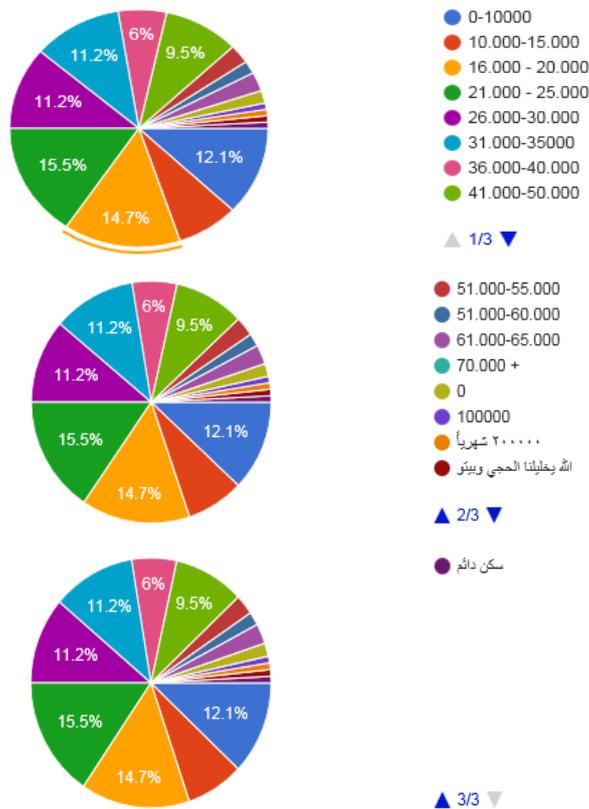
4.5.2 Monthly Clothes Expenditure





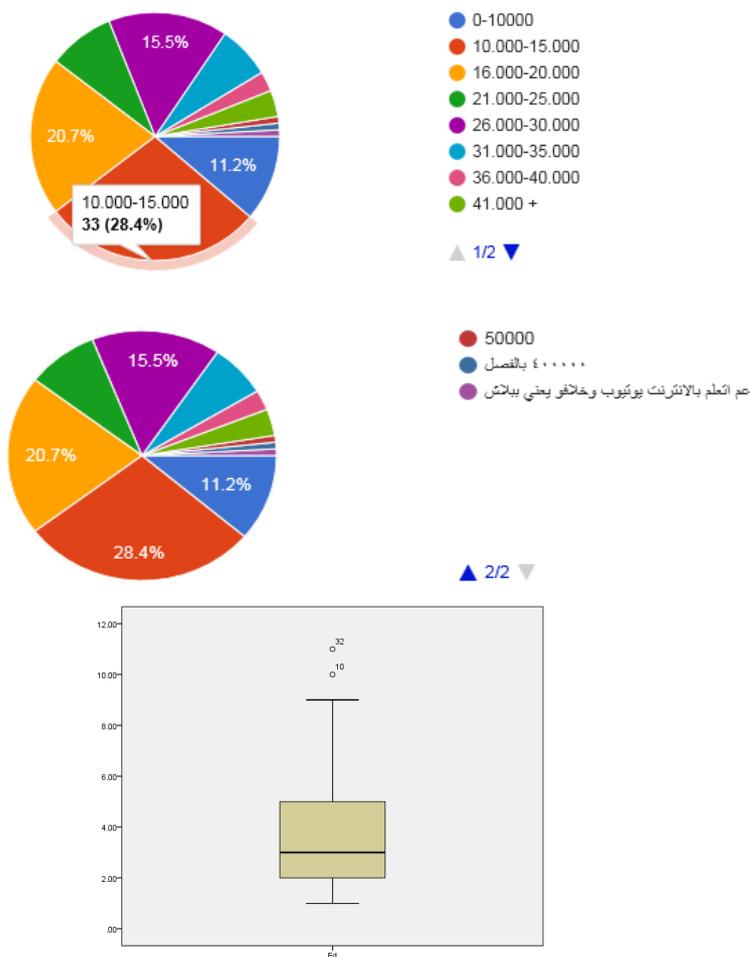
Average monthly Clothes expenditure is about 20,000 Syrian Pounds (42 \$)

4.5.3 Monthly Housing Expenditure



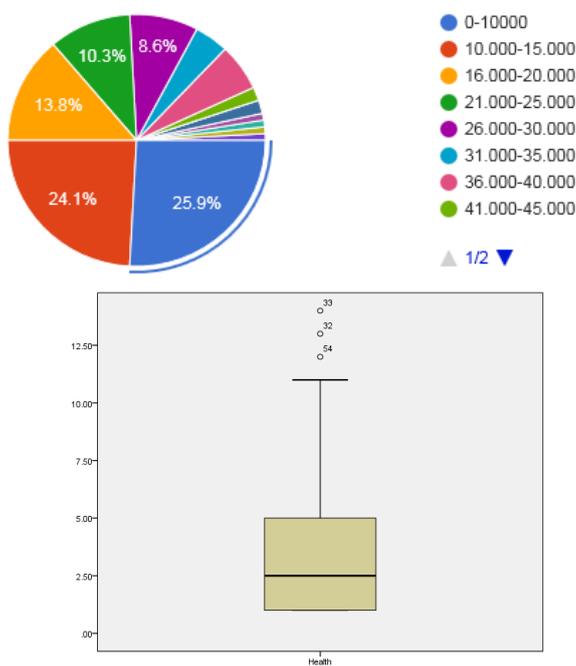
25,000 Syrian Pounds (52 \$) is the average monthly housing expenditure.

4.5.4 Monthly Education Expenditure.



Average monthly education expenditure is about 20.000 Syrian pounds (42\$).

4.5.5 Monthly Health Expenditure



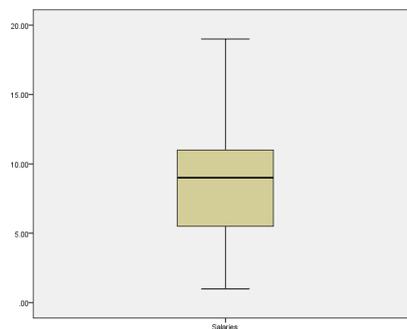
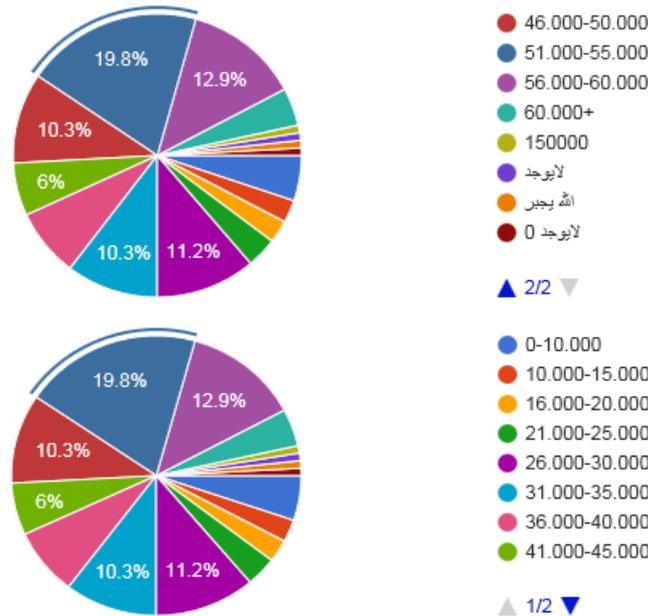
Average monthly health expenditure is 15000 Syrian pounds (31\$)

Average Monthly Expenditure

25.000+20.000+20.000+15.000=105.000 Syrian Pounds (218 \$ monthly) (7.3 \$ a day)

4.6 Average Monthly Income

4.6.1 Salaries/Wages



We see that only 5% of respondents receive more than 60.000 Syrian pounds monthly (125\$ monthly) (4.2 \$ daily)

12.9% receive 56.000–60.000 Syrian Pounds (106 \$ — 117 \$) (3,8 \$ daily)

19,8% receive 51.000–55.000 Syrian Pounds (106 \$ — 115\$) (3.5 \$ daily)

10.3% receive 46.000–50.000 Syrian Pounds (96 \$ — 104 \$). (3.2 \$ daily)

7% receive 41.000–45.000 Syrian pounds (85 \$ — 93 \$) (3 \$ daily)

7.4% receive 21.000–25.000 (44 \$ — 52 \$) (1.6 \$ daily)

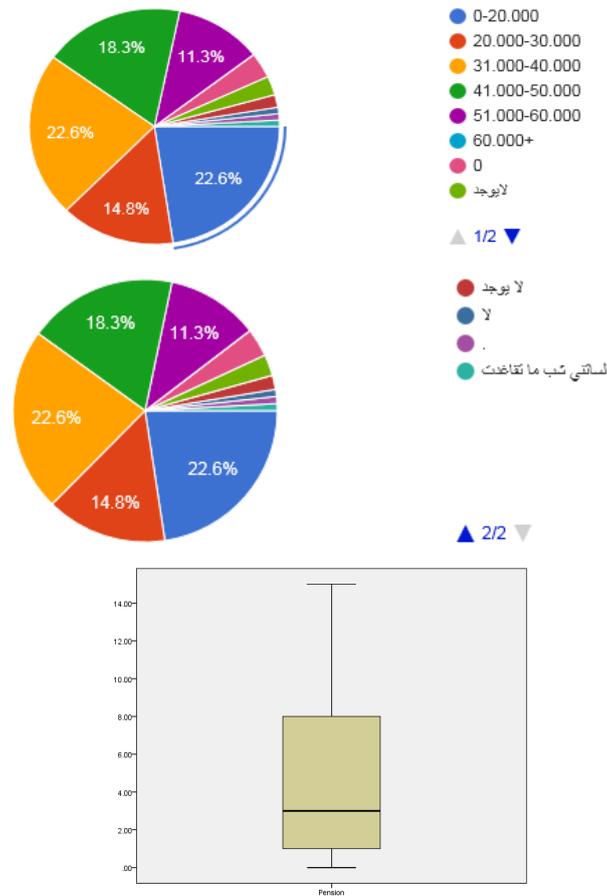
2.6% receive 16.000–20.000 (33 \$ — 42 \$) (1.3 \$ daily)

2.6% receive 10.000–15.000 (21 \$ — 31\$) (1 \$ daily)

And we see that 62.3% live in poverty they receive less than 46,000 (3,2 \$ per day).

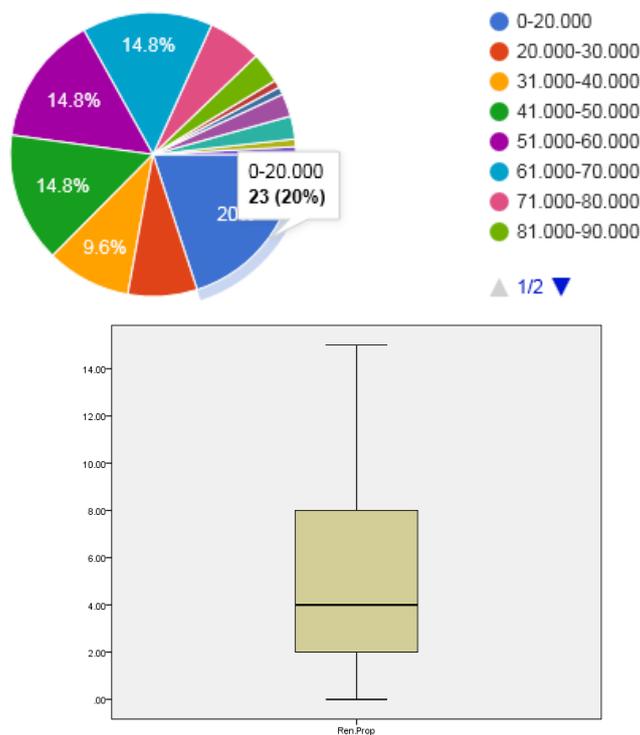
From them 31,2% are live on less than 1,9 \$ a day, according to international poverty line they are living in extreme poverty. And 6,5% are living on less than 480 Syrian pound a day (1\$) and they living in abject poverty.

4.6.2 Pension



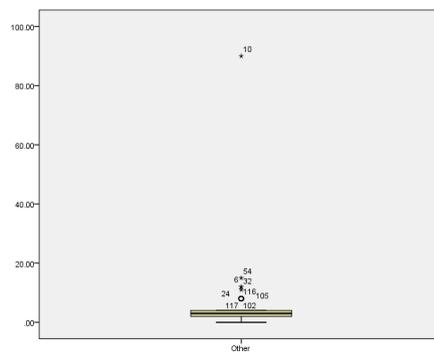
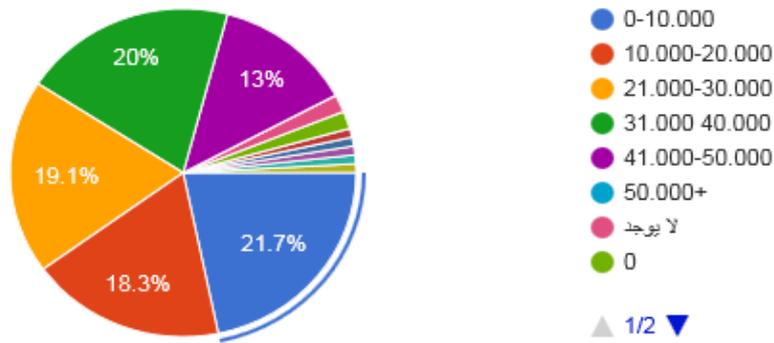
We see that 87.8% of pensioners receive less than 45.000 Syrian pounds monthly (95,8 \$ monthly) (3,19 \$) daily, so they are living in extreme poverty.

4.6.3 Rent Property



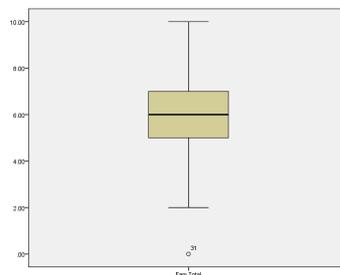
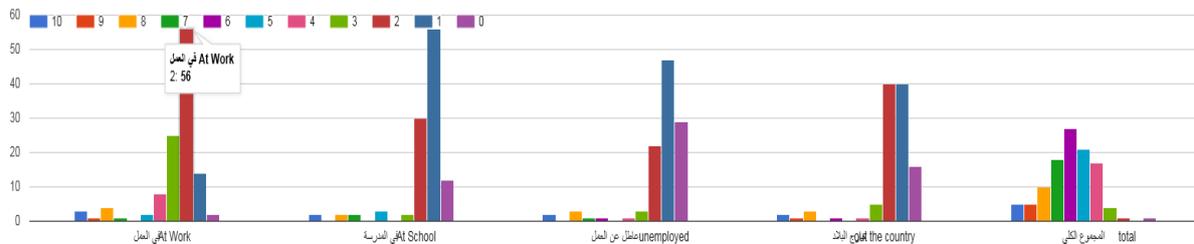
We see that the average of rent of poverty is 45000 Syrian pounds (95.8 \$)

4.6.4 Other income



We see that the average other income is 30.000 Syrian pounds (62.5 \$ monthly) (2 \$ daily)
 This income can to increase incomes of some families and reduce poverty rate.

4.7 Number of family members



We that 56% of respondents have 2 persons are working, 25% 3 persons and 14% one person works. And we see that the average of Syrian family is 5 persons.

5. Experiences of some countries in poverty reduction

5.1. China

China has become the largest country in the world in terms of the number of people who have been pulled out of poverty, and at the forefront of the world»s nations that have achieved the United Nations Millennium Development Goals. The

proportion of Chinese living in extreme poverty dropped from 61% in 1990 to less than 30% In 2002, to 2.4% in 2014. (White Book, The State Council Information Office, October 2016)

Economists generally attribute much of China's rapid economic growth to two main factors: — large-scale capital investment (financed by large domestic savings and foreign investment) — rapid productivity growth.

These two factors appear to have gone together hand in hand. Economic reforms, which included the decentralization of economic production, led to substantial growth in Chinese household savings as well as corporate savings. The large level of savings has enabled China to substantially boost domestic investment.

The poverty reduction in China has been supported by sustained economic growth, which works through:

- Creating jobs
- Increasing demands for agricultural products.
- Increasing the fiscal capacity for financing the poverty reduction program
- Improving physical infrastructure.
- Improving technical extension networks.
- Industrialization of agriculture.
- Restructuring production organizations.

The Chinese government has put a program to reduce the poverty of 70 million poor people by the end of 2014.

through development, established special assistance to the poor, earmarked special funds for this purpose, developed special preferential policies, planned and organized large-scale assistance to the poor in order to solve the problem of Poverty through economic and social development in poor areas.

Poverty reduction program in China contained next directions:

— For the poor who have the ability to work and the skill of production, they have been supported by the government by developing different industries in a way that suits the local conditions, driving them on the road to sustainable development of self-generated growth.

— For the poor in areas with harsh conditions and fragile ecosystems that lack the conditions for production and life, they have been resettled in places with conditions suitable for production and life at the expense of the government to rid them of poverty.

— For the poor who have the ability to work, especially young people, they have been assisted in employment in the industrial and services sectors, through vocational training and professional skills, to get them out of poverty through employment.

— For poor people who are unable to work and cannot get rid of poverty based on industrial support and employment policies, they have been freed from poverty by being included in the rural minimum life assurance system.

5.2. Malaysia's Experience with Poverty Reduction:

Poverty rate has dropped about 48.4% in 37 years, the rate has come down at 1.7% in 2012 when it was 49.3% in 1970. (International Journal of Ethics in Social Sciences Vol. 2, No. 2, December 2014)

The strategies worked out in Malaysia to tone down poverty took on many important fronts:

The sectors were given high priority are as follows: (Hatta & Ali, 2013)

- Advancing agricultural sector
- Strengthening small medium enterprises
- Improving welfare of student
- Strengthening pre-school education
- Improving literacy and numeracy
- Creating quality school
- Increasing home ownership
- Expanding public health facilities
- Enhancing social safety nets
- Improving retirement scheme
- Microfinance
- Community Involvement

5.2.1. Things to Learn from the Development Experience of Malaysia

Economic Planning Unit (EPU) of Malaysia with the cooperation of World Bank presented some facts in a work relating to poverty reduction in Shanghai Conference in 2004. Following recommendations have come out of that work. Edited format is as follows (Bank, 2004):

First: Each country must put together its core development philosophy, policies, and plans suited to its particular incidents and needs. It must also persevere while remaining hardheaded and stretchy enough to adapt plans so that they remain relevant and suited to changing circumstances.

Second: There is a real need for peaceful coexistence among racial or other groups and close cooperation among political parties for political stability and socioeconomic development.

Third: If a country is to achieve sustained and swift economic development, it cannot accept racial or any inter-group strife and violence, especially on a prolonged basis. Any political solution to inter-group conflicts, through some formula of power and wealth-sharing, has to be viable and enduring.

Fourth: There must be sustained and rapid economic growth to create new jobs, business opportunities, higher incomes, super infrastructure, and increased wealth. This requires capable and effective management of the macroeconomy by the public sector and of industries by the private sector, as well as close rapport between the two. Continuous growth is also facilitated by an export-oriented and resilient economy.

Fifth: Sustained economic growth requires strong governments and leaders committed to national, not personal, interests over a sustained period of time. The eradication of poverty requires two broad types of strategies: expansion of the economy and government-run affirmative action programs targeted to the poor.

6. Experience in poverty reduction in countries with different levels of economic development

The fight against poverty in different countries covers all aspects of the social policy of the state and includes social protection, social security and social insurance systems. National systems of social protection are diverse, and, at first glance, similarities are difficult to distinguish. Nevertheless, their typologization is possible.

6.1. The Continental (Bismarck) model (Germany, Netherlands, Australia, Switzerland, France) provides for the interdependence between the level of social protection and the duration of work. It is based on the most powerful compulsory social insurance, services directed to various forms of insurance: medical, pension and unemployment insurance.

The state acts as the guarantor of fulfillment of obligations on insurance at occurrence of last financial difficulties. In addition, the state takes measures against the domination of cheap labor in the labor market. In the Netherlands, Denmark, Germany and Belgium, France in the framework of the system of prevention of violations, mandatory minimum wage for all employers, sufficient to meet the basic needs of the worker. As a result, the minimum wage in France is almost 60%, in the remaining countries — about 50% of the average level

6.2. Liberal model of social protection (UK, Ireland, USA, Japan): a system of social protection based on the principles of universality (covering all members of society in need of material support) and uniformity of social services (equal pensions and benefits, uniformity of conditions for their payment).

Within the framework of the liberal model, some country peculiarities are singled out. So, in the US and Japan, social assistance programs are scattered and targeted to individual categories of the poor. Benefits are set at a level to contain the process of impoverishment, but not to eliminate it. Such a policy proceeds from the logic that the state of poverty is the result of a personal choice of the individual.

Let's notice that among the most developed industrial countries of the world the USA and Japan are in the lead on a level of relative poverty of the population. According to the OECD, families receiving less than half of the average income in the country, in the US — 13.7%, in Japan — 13.5%. In the US, poverty alleviation programs cover about 15% of the population. Assistance is provided by two criteria: if a person is poor or belongs to one of the subsidized categories.

6.3. The South European (rudimentary) model of social protection (Italy, Spain, Greece, Portugal) is characterized by a relatively low level of social security, and social protection is the prerogative of the family and relatives. Unlike previously presented, this model can be interpreted rather as developing, therefore, without a clear organization. A typical feature of the rudimentary model is the asymmetric structure of social expenditures. For example, in Italy, this is manifested in the fact that the largest part of social expenditures is made up of pensions (14.7% of GDP at the European average — 12.5%), while little funds are used to support the family, education and employment policy (about 1%).

6.4. The Social Democratic (Scandinavian) model (Denmark, Sweden, Finland, Norway) has a wide coverage of various social risks and life situations that require support of society. Social services are guaranteed to all residents of the country and are not conditioned by employment and payment of insurance premiums. The level of social protection is high, which reduces poverty in these countries to the lowest in the world. Social policy is based on the fact that poverty is a disease of society, and the poor become in the course of the market process, not having time to adapt to the conditions of a changing labor market. This model is most vividly represented in Sweden, where one of the lowest poverty levels in the countries of Western Europe is observed.

Based on the analysis of foreign poverty reduction strategies and social protection systems, it can be concluded that there is no simple single plan for poverty reduction. Nevertheless, if some countries can make significant progress in reducing the many manifestations of poverty, other countries can do the same. However, it should be understood that each country has its own characteristics and blindly copy the experience of social protection of developed countries is unacceptable. This actualizes and causes the need to analyze the models of social protection of foreign countries and the transition to a holistic policy aimed at reducing poverty in post war Syria.

7. Suggestion strategy for poverty production in Syria in Post-war period

The experience of developed and developing countries shows that the poverty reduction strategy should include various directions of state policy. For socially vulnerable groups of people, those who are rejected by the market (old people, disabled people, etc.), a policy of social support and ensuring equal access to social benefits should be implemented. Anyone who is incapacitated, regardless of income, must have access to health care, and if necessary, to social welfare benefits.

The main cause of poverty of the able-bodied population is unemployment, so it is necessary to expand the opportunities for productive employment and create a system for ensuring each sustainable source of livelihood. Professional training and professional development should lead to an increase in the productivity of the poor. At the same time, the poor will not only benefit from economic growth, but also contribute to it.

The Strategy is made up of three pillars:

- pro-poor sustainable economic growth
- inclusive social development
- good governance, which also includes the cross-cutting priorities of environmental sustainability, gender equity, private sector development, and regional cooperation

Reformulating the state's public policies in several main areas:

- Political and government conviction and commitment that only human development is capable of generating economic growth translated in the form of redistribution of investments to achieve human development.
- Full decentralization of authority and decision-making and the main role of participation in determining the importance of projects to members of each community through community institutions that enjoy freedom and democracy.
- Shorten the role of thinkers and development specialists in the presentation of development paths and contribute to accurate diagnosis of the types, dimensions and size of problems.
- Sustainable development based on human development can only be achieved by building local technologies that are labor-intensive, energy-efficient, low-cost, non-polluting

The preparation of the strategy depends on a comprehensive vision of the problem according to the scientific method in understanding the problems and analyzing them and developing suitable solutions for them. This vision is based on a set of principles:

Consider poverty as a complex problem in which many factors and factors involve the involvement of many institutions, both governmental and non-governmental, in efforts to address poverty, not only to develop solutions to help the poor (remedial plans), but to formulate policies, plans and programs that (Preventative plans), rely on unconventional methods of treatment by working to transform poor and needy people who are able to work from mere recipients of aid to productive members who can meet their own needs and provide for their livelihood with dignity.

1 — Social Insurance

- Support General Organization for Social Insurance to increase its operational independence
- Expand coverage to working poor, create conditions and provide additional resources to manage the expanded beneficiary base
- Evaluate and expand existing active labor market programs that have proven credible with the launch of new active labor market programs.
- Ensure financial stability of the social insurance system through the implementation of pension reform
- Expanding the social insurance system
- Ensure that the social insurance system contributes positively to labor market processes
- Enhancing operational coordination with other key institutions
- Provision of basic living and health insurance services to most vulnerable groups
- Take advantage of the potential of all Syrians and recognize their right to decent work without any discrimination in wages or working conditions, and ensure that these rights are reflected in fair legislation and applied correctly.
- Ensure that the poor, women, the elderly, persons with disabilities and vulnerable groups are protected from any violence, abuse and exploitation and that they are supported to enjoy all their rights

2 — Employment and Entrepreneurship for the Poor.

- Start by absorbing unemployed people
- Expand the capacity of SMEs to obtain credit
- Evaluate and expand active labor market programs that have proven their presence
- Harmonizing wage structures
- Better matching of skills and growth of SMEs
- Expanding school-to-work transition programs
- Repair operation, technical and vocational training sector
- Increase productivity through the restructuring of human capital and economy

- Investing in the future through early childhood education
 - Adopt sustainable fiscal and monetary policies for economic growth while creating jobs
 - Development of industrial policies and investment aimed at economic growth and employment creation
 - Simplifying procedures for launching economic projects
 - Provide tax incentives consistent with expected income, to encourage small enterprises in the informal sector to register their projects and comply with tax laws
 - Reform and coordinate support for vocational and technical training.
 - Develop existing training tracks and upgrade informal apprenticeships
 - Provide systematic support for professional guidance
 - Reform the tax system
 - Review tax-exempt income-for individuals to expand the tax base
 - The imposition of double income tax on income tax on capital and a unified income tax at higher rates on companies
- 3 — Education and comprehensive health services**
- Reform of the primary health care system Adopting family health care approaches
 - Reform of health sector functions to improve efficiency, accountability and program effectiveness
 - Raise awareness of reproductive health issues and improve access to relevant services
 - Expanding the delivery of public education in preschools in poor areas
 - Improve education and training available for persons with disabilities
 - Improving the quality of education outputs
 - Reduce costs by adopting effective management standards and laws
- 4— Agriculture and pro-poor environment**
- Promote rural people»s access to credit finance to enable them to improve their farms and conserve land resources
 - Develop a national legal framework to improve and coordinate the provision of anti-poverty activities
 - Providing technical, social and financial services to support families and communities with extreme poverty and vulnerability
 - Introduce new legal provisions to pro-poor support Develop resilience to climate change impacts
- 5— Transport and housing for the poor**
- Support the Road Transport Regulatory Authority (TRA) to lead the coordination of pro-poor initiatives in the road transport sector
 - Support the TRA in the development of an appropriate management information system, to carry out quantitative and qualitative assessments required, and to use decentralized participatory approaches
 - Accelerate the implementation of the intelligent transportation system and ensure support for poor family members

References:

1. Aid, Policy and Growth in Post-Conflict Countries — World Bank Group. <http://siteresources.worldbank.org/INTCPR/214578-1111751313696/20480205/AidpOlicyGrowthNote2.pdf>
2. Corinne Graff, Janet Lewis, and Susan E. Rice · Poverty and Civil War: What Policymakers Need to Know. December 19, 2006.
3. Daniel J. Mitchell. A Lesson from China on Poverty Reduction and Inequality. June, 2017
4. Degol Hailu and John Weeks. Macroeconomic Policy for Growth and Poverty Reduction: An Application to Post-Conflict and Resource-Rich Countries DESA Working Paper No. 1082011
5. Hamoud al-Mahmoud. The War Economy in the Syrian Conflict: The Government»s Hands-Off Tactics. December 15, 2015
6. Jenina Joy Chavez Malaluan and Shalamali Guttal.
7. Kathleen Newland and Erin Patrick. Beyond Remittances: The Role of Diaspora in Poverty Reduction in their Countries of Origin. July 2004.
8. Marios Obwona, Madina Guloba. Poverty Reduction Strategies During Post-Conflict Recovery in Africa. 2009
9. Marzouk, N., Mehch, Z., Nasser, R., Saba, K, & Badran, S. (2013). Syria — War on Development: socioeconomic monitoring report on Syria — second quarterly report (April-June 2013). UNRWA and UNDP. http://www.unrwa.org/sites/default/files/md_syr-rprt_q2fnl_251013.pdf
10. Max Roser and Esteban Ortiz-Ospina. Global Extreme Poverty. March. 2017
11. Md. Shariful Haque.. Md. Aminul Islam.. Rosni Bakar. Malaysia»s Experience with Poverty Reduction: Lessons for Bangladesh. International Journal of Ethics in Social sciences. Vol 2, No 2 December 2014.
12. Poverty Reduction Strategy Papers: A Poor Package for poverty reduction. 2003.
13. Predrag Bejaković. Poverty Alleviation: The Case of Croatia. October, 2017

14. Steve Radelet. Five Ways to Make Aid More Effective. 2006
15. Syria Economy Profile 2018. https://www.indexmundi.com/syria/economy_profile.html.
16. World Renew. Syria: Conflict Response. April, 2012

Особенности маркетинга в строительстве

Велиев Эльдар Фариз оглы, магистрант
Тюменский государственный университет

В настоящее время строительные организации признают важность и необходимость использования маркетинга в системе управления. Применение маркетинга позволяет более качественно удовлетворять требования клиентов, а также способствует быстрой адаптации к изменениям на рынке строительных услуг. В статье автор раскрывает особенности маркетинга в строительстве, раскрывается понятие управление маркетингом в строительной организации и основы его организации.

Ключевые слова: маркетинг, управление строительной компанией, маркетинг в строительстве, строительный маркетинг, особенности строительных организаций, управление маркетингом в строительной организации, маркетинговые программы.

Сегодня во всем мире маркетинг в строительстве становится важным элементом повышения конкурентоспособности строительного предприятия. Однако, на сегодняшний день, однозначно не определено, как применить маркетинг в строительных организациях, по причине характерных особенностей строительной отрасли.

Маркетинг занимается решением таких задач как расчет объема строительства и его направления, когда и как использовать капитальные вложения, определение лучших условий финансирования и так далее [3]. Наиболее эффективная маркетинговая система позволяет превзойти конкурентов и добиться наивысших результатов в своем направлении деятельности.

Несмотря на это, в настоящее время отсутствуют четкие технологии развития маркетинга в строительной деятельности. Происходит это по причине сложной структуры коммерческих отношений участников строительства (заказчик, генеральный подрядчик, субподрядчик, логистический провайдер, проектировщик, инвестор) [1, с. 33].

Проанализировав научные работы различных авторов, выделим следующие особенности маркетинга в строительной деятельности:

1. Строительные организации и их подразделения могут представлять собой достаточно обширную сеть, как на одной территории, так и в разных городах и даже регионах. Одновременно с этим, строительные работы могут носить сезонный или временный характер, тем самым подразделения должны быть мобильными и по требованию заказчика переключиться на другой объект, требующий в данный момент наибольшего внимания.

2. Факторами, которые достаточно сильно могут корректировать сроки выполнения заказов, а также прогнозы по завершению строительства на том или ином объекте, являются климатические и природные условия территории строительства. Так же дополнительные расходы может по-

требовать доставка расходных материалов для строительства, таких как щебень, песок или глина.

3. Сдача объекта в эксплуатацию сопровождается большим количеством различных видов работ и услуг (молотильная работа, строительномонтажная работа, столярная работа, отделочная работа)

4. Организуя рыночное участие, строительные компании несут большие затраты. О.А. Виноградова отмечает, что «наибольшая доля расходов приходится на организацию товародвижения и управления над этим процессом, например, только на транспортную логистику приходится до 20% от всего объема затрат» [1, с. 34].

5. Так же отрицательным фактором для результатов деятельности строительных компаний, могут быть — недостаток оборотных средств, неравномерное распределение СМР, наличие неплатежеспособных заказчиков, а так же несовершенное регулирование строительной сферы со стороны государства.

Использование средств и методов современного маркетинга, строительные компании могут решить подобные проблемы в деятельности.

Маркетинговым управлением в строительной компании занимается специально организованная служба маркетинга. Данная служба выполняет объективные анализы маркетинговой деятельности организации и деятельности организации в целом. При анализе учитываются реальные показатели производства построек, сбыт произведенной продукции (построенных домов). По результатам анализа служба маркетинга вносит предложения по корректировке долговременных целей и дальнейшему перспективному развитию организации, по средствам разработки маркетинговых программ.

Разработанные маркетинговые программы представляют собой основу всех строительных планов, и все остальные планы должны им соответствовать. И.В. Ла-

гута отмечает, что «такие программы позволяют предпринятию правильно оценить свои возможности, недостатки и отличия от конкурентов, а также предотвратить появление рабочих просчетов, то есть, используя программу, целесообразно выполнять распределение финан-

совых средств, материальных ресурсов, нематериальных активов» [4].

Также необходимо заметить, что важно не только внедрить в деятельность организации, но и грамотно ими управлять (рис. 1).



Рис. 1. Маркетинговое управление строительством

Управление маркетингом в строительстве — это процесс приспособления деятельности предприятия к современным рыночным условиям и состоит он из выполнения важнейших этапов:

- проведение анализа конъюнктуры рынка;
- выборка рынков, на которые будет нацелена деятельность организации;
- разработка всего комплекса маркетинга;
- претворение в жизнь намеченных мероприятий [4].

Создание маркетингового плана само по себе не принесет гарантированных результатов, но это позволит дей-

ствительно узнать бизнес и проанализировать, как лучше всего вписаться в конкурентоспособный рынок, говоря о строительстве, даже спорить не приходится о том, насколько в этой отрасли большая конкуренция. То, чем может выделиться очередное строительное предприятие — четкая маркетинговая стратегия. Это крайне конкурентная среда, и хорошо построенный и проанализированный маркетинговый план поможет строительному предприятию в работе ассигновать ресурсы наиболее эффективно и получать высокую прибыль на рынках, на которых у него есть конкурентное преимущество.

Таким образом, маркетинг в строительстве будет отличаться от маркетинга в других сферах деятельности тем, что целью маркетинга в строительстве является направленность на интересы заказчиков и потребителей услуг внутри самой строительной компании. Например, как отмечает, М. М. Кислицкий «на этапе стратегического или бизнес планирования. Внешний маркетинг строительной

организации второстепенен, т. к. потребность в жилище, дорогах, других результатах строительной деятельности не вызывает сомнения. Спрос на продукцию строительной деятельности более зависим от макроэкономической конъюнктуры» [2, с. 53]. Следовательно, строительный маркетинг применяется как инструмент стратегической и производственной направленности.

Литература:

1. Виноградова, О. А. Разработка системы классификации рисков с учётом особенностей строительной отрасли / О. А. Виноградова // Вопросы современной науки и практики, университет им. В. И. Вернадского. — № 3. — 2014. — с. 33–36
2. Кислицкий, М. М. Управление развитием экономической системы социальной сферы (монография) / М. М. Кислицкий, Ю. Р. Лутфуллин, И. Т. Фазлаев — Челябинск: УралГУФК, 2013, — 128 с.
3. Колмыкова, М. А. К вопросу об особенностях предприятий строительной отрасли / М. А. Колмыкова // Инновационное развитие общества: Условия, противоречия, приоритеты. Материалы X научной конференции: в 3-х частях. — 2014.
4. Лагута, И. В. Специфика маркетинга в строительстве. Внедрение маркетинговых мероприятий / И. В. Лагута, И. О. Коротыч // Региональное развитие. — 2017. — № 6. [Электронный документ]. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-marketinga-v-stroitelstve-vnedrenie-marketingovyh-meropriyatij> (дата обращения: 09.03.2018).

Управление предприятием на основе теории ограничений

Виноградов Павел Андреевич, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Рост конкуренции во всем мире, быстрое развитие технологий, актуализация проблемы ограниченности ресурсов, повышение требований к товарам со стороны потребителей — все эти факторы делают управление предприятием все сложнее. Эта проблема является глобальной, и российские предприятия не являются исключением. При таких условиях принятие управленческих решений усложняется. Большое количество факторов, которые указывают на ту или иную проблему предприятий, заставляют руководителей неверно подходить к их решению. Руководство основывается на повышении локальной эффективности отдельных подразделений предприятий, игнорируя то, что производство, в первую очередь, является системой, в которой компоненты находятся в зависимости друг от друга. Среди современных концепций управления, имеющих научную и практическую ценность, привлекает внимание теория ограничений (Theory of constraints, TOC). Появившись в 80–90-х годах прошлого века, данная теория позволила расширить возможности практического воплощения системного подхода к проблемам управления хозяйственной деятельностью на конкретных предприятиях в реальной рыночной среде. Современные конкурентные условия заставляют менеджеров постоянно иметь дело с такими нежелательными явлениями на предприятиях, как: повы-

шенный уровень запасов, падение продаж, повышение сроков выполнения заказов, неудовлетворительное качество обслуживания клиентов, непонимание между подразделениями предприятия. Как вывод, менеджеры принимают меры по получению полного контроля над всеми бизнес-процессами на предприятии, считая, что это поможет. Внедряется новое программное обеспечение, меняется система учета, вносятся СМИ в калькуляцию себестоимости и прочее, то есть руководители рассматривают явления на предприятии отдельно друг от друга. Однако такие попытки повысить эффективность предприятия, не приносят ничего кроме увеличения количества, часто совсем ненужной информации.

Следует согласиться с мнением авторов [1, 2, 3], что простое, на первый взгляд, представление системы имеет фундаментальное стратегическое значение для понимания процессов и явлений в организациях. Система — это внутренне организованная совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов, образующих единое целое и совместно действующих для достижения поставленной цели [1]. Поскольку предприятие является технико-экономической и социальной системой, не трудно понять, что для эффективного управления предприятием недостаточно рассматривать его подсистемы (элементы) отдельно. Изменения в одной части системы могут

привести к значительным последствиям (как положительным, так и отрицательным) в других частях системы. Поэтому к управлению предприятием необходимо подходить целостно, рассматривая все его части во взаимодействии друг с другом. В своей теории ограничений Голдратт сравнивает системы с цепями или совокупностью цепей. Прочность системы, как прочность цепи, равна прочности ее слабейшего звена. Голдратт предложил называть это системным ограничением, поскольку именно оно ограничивает способность системы к достижению цели. Цепи имеют свойство: укрепление любого звена, кроме самого слабого, никак не укрепляет цепь в целом. Если же укрепить слабое звено, прочность цепи сразу же возрастет, но только до предела прочности следующего слабого звена. Так же и в бизнесе, производительность всего предприятия обычно определяется пропускной способностью одного определенного элемента, и совершенствовать другие аспекты системы в действительности бесполезно [2].

Основная задача ТОС — выявить в бизнес-процессах предприятия все имеющиеся ограничения — «узкие места», которые препятствуют реализации целей компании на практике. Иначе говоря, предприятие, используя не явные ресурсы и полагаясь на текущую конъюнктуру рынка, определяет факторы, которые ограничивают возможности предприятия в достижении цели. Согласно теории Голдратта, в каждой системе в каждый момент времени очень немного ограничений, которые надо отслеживать и которыми нужно управлять, может быть, всего одна такая переменная. Однако ограничения могут время от времени меняться, но их всегда будет небольшое количество. В этом контексте управление системой с наличием ограничений реализуется через следующие пять шагов, которые в теории ограничений называют «процессом непрерывного совершенствования» [3]:

1. Выявление и идентификация ограничений, «узких мест», критических ресурсов системы.
2. Определение возможностей наиболее эффективного использования «узкого места».
3. Использование системных ограничений как средств мониторинга и контроля.
4. Осуществление комплекса мер по расширению использования «узкого места».
5. Повторение первого шага с целью предотвращения инерционного эффекта, не позволит старым методам управления, а также новым (разработанным на

втором и третьем шагах) методам превратиться в новое ограничение.

Пять направленных шагов были разработаны Голдраттом как метод, помогающий руководству делать свое дело, то есть следить за тем, что важно для успеха — за системными ограничениями. Эти шаги образуют циклическую последовательность, схожую с циклом Шухарта — Деминга (планирование — исполнение — проверка — корректировки). Основной постулат теории ограничений можно сформулировать таким образом: «Потери в узких местах превращаются в финансовые потери и корпоративные потери, а излишки мощности является лишь мirageм при бизнес-администрировании» [4]. Предприятие, как система, должно подчинять действия всех своих подразделений для повышения эффективности ограничения системы, поскольку именно оно определяет совокупную эффективность предприятия в целом. Подходы существенно отличаются от общепринятых. Для решения проблем производства ТОС предлагает отличный от привычного алгоритма действий подход. Если большинство твердо убеждено, что производственные ресурсы должны быть использованы с максимальной загрузкой, то Голдратт выдвигает другой постулат: для того, чтобы обеспечить рентабельное и способное выполнять в срок заказ производство, необходимо, чтобы большинство производственных ресурсов простаивало время от времени [5].

Теория ограничений успешно работает и развивается уже на протяжении более тридцати лет. Компании по всему миру приняли ее как основной управленческий подход к ведению своего бизнеса в целом или к управлению определенным функциональным подразделением внутри организации (например, производством, логистикой, поставками или проектами). ТОС позволяет расширить возможности практического воплощения системного подхода к проблемам управления хозяйственной деятельностью на конкретных предприятиях в реальной рыночной среде. Теория ограничений помогает менеджерам найти ключевую проблему — ограничение предприятия — и правильно управлять ей. Этот подход существенно отличается от общепринятых, твердо основываясь на здравом смысле. Теория ограничений, в отличие от других подходов, действующих локально, анализирует и руководит предприятием системно, постоянно улучшая его деятельность и формируя конкурентные преимущества. Отличает подходы ТОС от общепринятых мер в консалтинговом мире ориентация на результат.

Литература:

1. Владыкин, А. А. Теория ограничений систем в реализации инновационных изменений на промышленных предприятиях // Интернет — журнал науковедение. — 2016. — Т. 8. — № 2. — с. 1–9.
2. Серегина, А. А. Алгоритм внедрения теории ограничений // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. — 2015. — № 4 — с. 36–39.
3. Калько, Д. В. Логистические системы в глобальной экономике. — 2017. — № 7. — с. 170–173.
4. Овчар, Б. А., Левенцов В. А. В сборнике: Неделя науки СПбГУ материалы научной конференции с международным участием. Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. — 2016. — с. 39–42.
5. Халитова, Л. Р. Бизнес. Образование. Право. — 2017. — № 4 (41). — с. 188–194.

Особая экономическая зона и ее роль в развитии экономики региона (на примере ОЭЗ «Алабуга»)

Гайнутдинова Гульшат Гамировна, студент

Научный руководитель: Коваленко Светлана Владимировна, кандидат экономических наук, доцент
Набережночелнинский институт Казанского (Приволжского) федерального университета (г. Набережные Челны)

В статье рассмотрена сущность понятия особой экономической зоны, цели создания отмеченных объектов. Также определена роль и значение создания и функционирования ОЭЗ «Алабуга».

Ключевые слова: экономическая зона, инвестиции, инфраструктура

Special economic zone and its role in the development of the region's economy (on the example of the SEZ «Alabuga»)

The article deals with the essence of the concept of a special economic zone, the purpose of creating the marked objects. The role and importance of the creation and functioning of the SEZ «Alabuga» has also been determined.

Key words: economic zone, investment, infrastructure

На сегодняшний день особые экономические зоны (далее — ОЭЗ) занимают важное положение в экономике как страны, так и отдельно взятого региона. Целями создания особых экономических зон являются стимулирование международного экономического сотрудничества, а также максимальное достижение открытости национальной экономики. Посредством создания таких зон многие страны привлекают инвестиции в приоритетные отрасли. Создание ОЭЗ позволяет повысить конкурентоспособность национальной экономики.

В экономической литературе существует большое количество определений данного понятия. Так, ОЭЗ — это определенная территория, которая обладает особым юридическим статусом, на которой как для российских, так и для иностранных предпринимателей действуют льготные экономические условия.

На сайте Министерства экономического развития особые экономические зоны определены как масштабные проекты, которые позволяют привлекать инвестиции в приоритетные виды экономической деятельности. Также отмечено, что на данной части региона принят льготный режим предпринимательской деятельности и даже может применяться процедура свободной таможенной зоны [3].

Важным признаком особых экономических зон является особый правовой режим реализации деятельности. Так стоит отметить, что создание и деятельность СЭЗ регулируется Федеральным законом № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации». Этот правовой режим является основным элементом функционирования ОЭЗ, он не фокусируется на государственном, политическом, административном аспекте, а, напротив, проявляет себя в функциональном, организационном,

узкоспециализированном назначении, что является его главной особенностью [1].

Каждая действующая ОЭЗ обладает юридическим статусом, который предоставляет инвесторам налоговые льготы и таможенные преференции, позволяет получить доступ к инфраструктуре, а также сократить издержки на реализацию проектов в ОЭЗ. Таким образом, наличие особого правового режима позволяет в ОЭЗ создать наилучшие условия для развития бизнеса и осуществления проектов.

По данным Счетной палаты, на сегодняшний день в России не достигнут желаемый эффект от функционирования ОЭЗ. Так за 11 лет существования ОЭЗ было предоставлено только 21,1 тыс. рабочих мест. При этом, на создание одного рабочего места в ОЭЗ было направлено 9,1 млн. руб. бюджетных средств, а с учетом инвестиций, вложенных резидентами ОЭЗ, этот показатель увеличен до 21 млн. руб. Таким образом, не было создано необходимое количество рабочих мест.

Расходы на ОЭЗ увеличиваются, законодательство в области регулирования несовершенно, низкая налоговая отдача — все эти проблемы мешают полноценному развитию ОЭЗ.

По расчетам специалистов Счетной палаты, самыми эффективными признаны четыре ОЭЗ, объем вложенных резидентами инвестиций по которым в большей степени превысил объем вложенных средств федерального бюджета, среди которых ОЭЗ «Алабуга», которая создана в Республике Татарстан [3].

«Алабуга» — особая экономическая зона промышленно-производственного типа, расположенная на площади 20 км² в Елабужском районе Республики Татарстан. Акционерами управляющей компании ОЭЗ «Алабуга» яв-

ляются Российская Федерация со 100% государственным участием (66%) и Министерство земельных и имущественных отношений Республики Татарстан (34%) [2].

За период 2016–2017 гг. «Алабуга» считается крупнейшей ОЭЗ, которая приносит до 68% выручки и 42% налоговых сборов от всех ОЭЗ страны, а также обеспечивает 54% частных инвестиций в российские ОЭЗ.

Действие ОЭЗ «Алабуга» запланировано до 2054, что ограничено действующим законодательством, так как ОЭЗ создаются на 49 лет. За период существования ОЭЗ «Алабуга» за этот период внесет значительный вклад как в экономику региона, так и России.

Показатели эффективной деятельности особой экономической зоны «Алабуга» не ставятся под сомнение. Многие агентства высоко оценивают деятельность ОЭЗ. Например, агентство «Рус-Рейтинг» охарактеризовало этот объект как стабильный и перспективный. Для таких выводов принимаются во внимание различные факторы, среди которых история развития ОЭЗ, местоположение на транспортных и торговых путях и качество сырья. Кроме того, есть еще много факторов, которые также влияют на положение зоны в рейтингах [4].

Несмотря на то, что сегодня ОЭЗ «Алабуга» является перспективной зоной, существуют факторы, которые сдерживают развитие данного объекта. Так, стоит отме-

тить, что сдерживает развитие ОЭЗ «Алабуга» замедление экономики Российской Федерации, а также сокращение притока долгосрочных инвестиций в страну.

Особое влияние на развитие ОЭЗ «Алабуга», а также любой другой особой экономической зоны, оказывают и правовые проблемы, затрагивающие порядок регулирования ОЭЗ. Приведем следующие примеры: в правовом регулировании налогообложения ОЭЗ можно выделить такие недостатки, как неточность формулировок, различные подходы к определению налоговых режимов, недостаток единого подхода к формированию налоговых стимулов в рамках специальных налоговых режимов. Кроме того, существуют проблемы с финансированием, бюрократические препятствия и нехватка квалифицированной рабочей силы. Ликвидация этих проблем возможна только с совершенствованием нормативной базы, а также с проведением эффективной экономической политики государства.

Развитие ОЭЗ в России на сегодняшний день ограничено как в правовом, так и в экономической плане, поэтому требуются меры по устранению выявленных проблем. В стране для создания ОЭЗ существует значительный потенциал, поэтому при эффективном развитии ОЭЗ окажут значительное воздействие на экономику как отдельно взятых регионов, так страны в целом.

Литература:

1. Об особых экономических зонах в Российской Федерации: Федеральный закон Российской Федерации № 116-ФЗ от 22 июля 2005 г. // Российская газета. — 2017. — с. 4–5.
2. Википедия / Алабуга — [Электронный ресурс] URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki>
3. Министерство экономического развития Российской Федерации / Особые экономические зоны — [Электронный ресурс] URL: <http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/sez/>
4. Татцентр.ру / Агентство «Рус-Рейтинг» присвоило рейтинг инвестиционной привлекательности ОЭЗ «Алабуга» — [Электронный ресурс] URL: <http://xn--80akymgbc3a.xn--p1ai/article/153741/>

Функциональный учет калькулирования себестоимости продукции: основные характеристики, особенности и проблемы

Иванов Алексей Александрович, студент;

Гришина Ольга Валентиновна, кандидат экономических наук, доцент

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского

Данная статья посвящена рассмотрению вопроса о функциональном учете калькулирования себестоимости продукции. Это — одна из самых актуальных проблем в управленческом учете. В условиях рыночной экономики, окружающая действительность формирует современные реалии бизнеса. Многие товаропроизводители стараются получить больше прибыли, за счет снижения себестоимости выпускаемой продукции и улучшения её качества. Одним из ключевых показателей конкурентоспособности любого предприятия является точный и своевременный учет затрат. В связи с этим возникает необходимость в совершенствовании системы управленческого учета затрат. Внутренним пользователям предприятия данное нововведение позволит получать более точную и объективную информацию об издержках. Целью данной работы является, проведение теоретического анализа, который подтверждает актуальность поиска новой системы учета затрат. В статье предлагается рассмотреть формирование себестоимости функциональным методом.

Практическим инструментарием была выбрана ABC-система, которая неплохо зарекомендовала себя за рубежом. Практическое применение, позволяет сделать вывод о том, что данная система способна приносить пользу руководителям высшего и среднего звена. Помогает детализировать информацию о затратах на продукцию и добиваться конкурентного преимущества в рыночной экономике!

Ключевые слова: ABC-метод, калькулирование себестоимости, затраты.

Производственно-хозяйственная деятельность любого предприятия связана с потреблением определенных ресурсов, а также с реализацией определенных затрат, которые непосредственным образом возмещаются из выручки организации от реализации продукции, что обеспечивает непрерывность производственного процесса.

В результате подсчета всех сумм расходов предприятие приходит к единому денежному показателю — себестоимость.

Если смотреть сложившуюся ситуацию в российском бизнесе, существует огромное количество ограничений, препятствующих выпуску максимума продукции, наращиванию объёмов производства. Столкнувшись с этим на практике, каждому руководителю компании необходимо проследить чёткую зависимость между качеством производственных процессов и, соответственно, продукции, и способностью компании выдерживать конкуренцию, и, как итог, выходить вперёд своих конкурентов по отрасли. Каждая мельчайшая деталь производственного процесса несёт огромный вклад в этот процесс в целом, становясь решающей при желаемом качественном изменении этого процесса. Именно поэтому необходимо постоянно стремиться к устранению всех видов потерь, вовлекать в процесс оптимизации бизнеса каждого сотрудника и максимально ориентироваться на потребителя.

Чтобы выжить в непростых условиях сегодняшнего кризиса, многим организациям приходится на всем экономить. Некоторые разрабатывают целый план мероприятий по оптимизации бизнеса. Конечно, основная ставка делается на поиск путей снижения расходов, которые, в свою очередь, формируют себестоимость продаж.

Изучение такого показателя как себестоимость, имеет прикладной характер. В условиях глобализации экономики данная проблема приобретает существенные масштабы.

Ставя перед собой задачу, разобраться в проблематике данного вопроса, нужно привести краткую историческую справку. Калькуляция себестоимости, как элемент метода бухгалтерского учета существовала не всегда, и ее возникновение непосредственно связано с развитием производительных сил общества. На заре возникновения бухгалтерского учета, в условиях рабовладельческого строя, когда формировались товарно-денежные и кредитные отношения, бухгалтерский учет велся по простой схеме — «приход-расход».

Нужно учесть, что данный показатель рассматривался как самостоятельная экономическая категория. Термин «себестоимость» был введен в политическую экономию П. Прудоном и Э. Форкадом. Рассматривался многими

видными учеными. Так, например, по мнению С. Г. Струмилина и Л. И. Любошица, «себестоимость является модифицированной и поверхностной формой категории издержек производства, выступает на практике как издержки производства функционирующей фирмы, как расходы конкретного предпринимателя в условиях конкуренции» [Цит. по 5 с. 224]

Учет затрат и калькулирование себестоимости, на практике, предполагает экономическое обоснование издержек предприятий, включаемых в состав себестоимости. На различных этапах развития экономики как науки, менялись методы учета и управления затратами.

В 1887 г. вышло первое издание теоретического труда экономистов Дж. М. Фелса и Э. Гарке «Производственные счета: принципы и практика их ведения», в котором авторы предприняли попытку создать более мобильную систему учета затрат, в основе чего лежало деление затрат на фиксированные (условно-постоянные) и переменные (условно-переменные).

Проблему распределения косвенных затрат, не теряющую актуальность и сегодня, первым изучил американский бухгалтер А. Г. Черч — основатель управленческого учета. Он впервые предложил в качестве базы распределения косвенных затрат «количественный показатель» [4 с. 9], отражающий время работы машин и механизмов.

Если брать советский период, то в нашей стране, регулированием учета затрат и калькулированием себестоимости продукции начали заниматься в 20-х гг. XX в. В 1923 году XII съезд поставил задачу — создать научно обоснованную калькуляцию государственного производства. В калькуляции видели гарантию против «расхищения государственной собственности». [2 с. 174]

Если смотреть на эту ситуацию с современной точки зрения, то перспектива развития данного направления не вызывает оптимизма. Опоздание в разработке нормативной базы бухгалтерского учета, постоянное повышение цен на сырье и материалы, чрезмерное налоговое давление, отсутствие поддержки отечественного производителя породило много негативных явлений в коммерческой деятельности, загнало значительную часть предпринимателей в теневую экономику со своими неписаными законами, далекими от принципов цивилизованных рыночных отношений.

В экономической жизни общества, как правило, выделяют три главные сферы — производство, потребление и как связующее звено, сферу обращения. Все три сферы образуют внутреннюю и внешнюю среду предприятия. Поскольку в условиях рыночной экономики основной целью финансово-хозяйственной предпринимательской

деятельности становится получение прибыли. Стремление получить как можно больше прибыли, связано с необходимостью нести полную экономическую ответственность.

Управленческий учет в этом смысле не стал исключением. В развитие этой идеи формируются качественные новые правила и требования к учету. Наблюдается постоянный процесс специализации данного направления, его предмета и методов, ориентированные на удовлетворение профильных запросов пользователей.

На протяжении последних десятилетий управленческий учет нацелен на решение отдельных задач, чем на всесторонний анализ. И в российской, и в международной практике большое внимание уделяется анализу прибыли предприятия, её максимизации, путем снижения затрат или увеличения доходов. Один из наиболее эффективных способов достижения поставленных внутрипроизводственных задач — применение ABC-метода. В первые функциональная система калькуляции затрат, в английском варианте (activity-based costing systems — ABC) была введена Купером и Капланом в 1988 году. Причиной появления данной системы послужило то, что в конце XX века конкуренция между товаропроизводителями носила глобальный характер. За эти годы возросла альтернативная стоимость плохой системы информации и снизились расходы на ведение более современных систем учета затрат, а также вырос спрос на более точные данные по себестоимости продукции. Данный метод удобен на крупных предприятиях, где высокая доля накладных расходов. Затраты распределяются между видами деятельности предприятия, на которые они расходуются в определенном периоде. Для каждого вида деятельности выбирается свой носитель затрат, т. е. показатель, максимально влияющий на формирование затрат в ходе реализации данного процесса. Выбор носителя затрат осуществляется с учетом отраслевых и индивидуальных особенностей хозяйствующего субъекта.

Суть данного метода состоит в том, что любую выборку данных разбивают, по степени важности, на три категории. Так, ранжирование сырья и материалов имеет следующий вид:

- А — наиболее ценные виды ресурсов для них характерен точный контроль;
- В — менее важные для предприятия товарно-материальные ценности;
- С — широкий ассортимент малоценных, быстроизнашивающихся запасов, обычно их закупают в больших количествах

Представленная выше классификация, позволяет сосредоточить особое внимание на главные элементы выборки, при этом помогает сэкономить время, что в конечном итоге повышает эффективность управления.

В основе ABC-метода лежит понятие «действия». [5 с. 388] Данный термин характеризует как сложный процесс, включающий выполнение производственных функций, как со стороны производственных работников, так и со стороны аппарата управления. Последние координируют

работу всей организации. Эти действия требуют материальных, трудовых и финансовых затрат бизнеса. Стоимость потребляемых ресурсов включает расходы на оплату труда, потребление сырья и материалов, также учитывается амортизация машин и оборудования.

Производственно-хозяйственную среду предприятия можно представить как совокупность действий по выполнению функций снабжения, производства и сбыта. Каждая из этих действий требует системно-координирующего подхода, грамотных управленческих действий со стороны руководителей. Инструментарием в данном случае служит система ABC, позволявшая определять сумму затрат, с использованием средств и методов управленческого учета. Для простоты работы формируются так называемые центры ответственности (функциональные подразделения), выполняющие разнообразные функциональные обязанности.

ABC-метод позволяет это сделать системно. В результате менеджеры получают информацию вначале о стоимости действий (операций), а затем, при необходимости о затратах на продукты.

Особенно это важно при большом удельном весе накладных расходов в составе себестоимости. С помощью данной методике можно отнести часть данных расходов на другие объекты калькулирования.

В отличие от «традиционных методов» [1 с. 389] исчисления себестоимости продукции метод ABC не учитывает затраты по периодам в разрезе отдельных наименований изделий и услуг, а, наоборот, относит на них только те издержки, которые связаны с набором действий по производству и сбыту конкретных видов продукции. Конечно, и в этом случае часть накладных расходов должна распределиться, но это будет меньшая часть, и базу их распределения можно выбрать более обоснованную.

Зачастую что принять то или иное управленческое решение (в нашем случае это реализация на практики системы ABC) руководство компании должно взвесит все «за» и «против», и прийти к единому мнению. Для наглядности приведем пример расчета себестоимости традиционным методом и его зарубежным аналогом. Условно, объектом калькулирования возьмем два вида продукции — часы настенные и наручные.

В качестве базы распределения общепроизводственных расходов выбрали такой показатель как время, затраченное на изготовление изделий.

Следующим шагом рассчитаем сумму накладных общехозяйственных расходов по формуле:

$$OXP = \frac{З}{T_{\text{опр}}}$$

где З — затраты

$T_{\text{опр}}$ — время работы персонала

Таким образом, ставка общехозяйственных расходов будет равняться 10 руб. (440000/44000)

Последним этапом расчет накладных расходов по формуле:

Таблица 1. Производственно-экономические показатели

Показатель	Часы		Итого
	настенные	наручные	
1. Количество машино- часов на одно изделие	2	2	-
2. Трудозатраты на одно изделие, ч	4	4	-
3. Объем готового производства, шт.	1000	10 000	-
4. Время работы оборудования, ч.	2000	20 000	22 000
5. Время работы основных произв-х	4000	40 000	44 000
6. Число заказов на закупку, шт.	80	160	240
7. Число наладок	40	60	100
Затраты по видам деятельности			
Вид деятельности	Сумма, руб.		
1. Производственная	110 000		
2. Снабженческо-заготовительная	120 000		
3. Наладка оборудования	210 000		
Итого	440 000		

$$N_p = OX3 \times T_{затр}$$

где $T_{затр}$ — трудозатраты на одно изделие

$$N_p^{\text{часы настенные}} = 10 \times 4$$

$$N_p^{\text{часы наручные}} = 10 \times 4$$

Таблица 2. Распределение накладных затрат

Виды деятельности	Часы настенные		Часы наручные	
	Значение носителя затрат	Стоимость, руб.	Значение носителя затрат	Стоимость, руб.
1. Производственная	4 000	10 000	40 000	100 000
2. Снабженческо-заготовительная	80	40 000	160	80 000
3. Наладка оборудования	40	84 000	60	126 000
Всего накладных расходов		134 000		306 000
Количество выпущенных изделий		1 000		10 000
Накладные расходы на ед.		134		30,6

Далее сравним полученные данные, объединив их в сводную таблицу

Таблица 3. Сравнение результатов

	ABC - метод		Показательный метод	
	Часы настенные	Часы наручные	Часы настенные	Часы наручные
Себестоимость продукции	134 руб.	30,6 руб.	40 руб.	40 руб.

Как показывает приведенный пример, при позаказном методе накладные расходы учитывается только один показатель (в данном случае это затраты рабочего времени), при этом отвергая ряд других факторов. Данная ситуация будет эффективна в том случае, если доля накладных рас-

ходов незначительна. Ещё одним минусом, можно считать его главным, себестоимость будет сформирована только в случае, если контрагент полностью оплатил «заказ».

Что касается внедрения ABC-системы во внутреннюю среду предприятия, то эта мера сугубо индивидуально для

каждой фирмы в отдельности. Здесь хотелось бы уточнить, пошаговые этапы внедрения метода.

Алгоритм определения себестоимости продукции состоит из нескольких этапов:

Группировка накладных расходов по видам деятельности. Виды деятельности состоят из совокупности отдельных работ или задач. Например, закупка материалов может быть идентифицирована как отдельный вид деятельности, который состоит из множества отдельных задач.

Распределение затрат по центрам издержек. После того как виды деятельности выявлены, по каждому виду должны быть распределены затраты ресурсов, которые были потреблены за рассматриваемый период. Это надо сделать для того, чтобы определить, сколько организация тратит на каждый вид продукции.

Выбор соответствующих факторов издержек для начисления расходов, связанных с видами деятельности, по целевым затратам. Для того чтобы начислить расходы, понесённые каждым центром издержек, по видам продукции, для каждого такого центра должен быть выбран соответствующий фактор издержек. Чтобы сделать правильный выбор и исключить неправильность действий, используют драйвер затрат. Это важный показатель для управления затратами, с его помощью можно контролировать их величину.

Последний этап заключается в осуществлении распределения затрат по видам продукции. Для этого информация, отражаемая в первичных документах о затратах ресурсов предприятия, должна отражаться в первичных документах в разрезе отдела или сектора.

При разработке и внедрения данного метода на предприятии, нужно руководствоваться нормативными законодательными актами в области бухгалтерского и управленческого учета. Также нужно учитывать принцип рациональности формирования информации. Данный

принцип достигается благодаря использованию современных технологий, помогающие уменьшить материальные затраты на ведение учета.

Применение ABC метода в управленческом учете позволит обосновать некоторые проблемы:

— снижения издержек — позволить точно определить издержки предприятия, которые в последующем нужно оптимизировать; способствует созданию точной калькуляции себестоимости готовой продукции и полуфабрикатов;

— формирование ценовой политики — позволит сегментировать рынок покупателей и выделить ценовые зоны;

Но при всем этом у данного метода есть свои минусы, которые будут усложнять работу внутренним пользователям;

— потребуется разработать новые формы первичной документации, что отнимет много времени;

— данный метод разрушает стереотипы о наборе затрат. Дело в том, что надо разрабатывать отдельные группы затрат для каждой продукции, а это не просто. В работе экономического отдела, возникнет путаница и дезориентация информации.

Необходимо отметить, что функциональный метод учета затрат пока не нашел широкого применения в России. Однако с учетом существующей для России насущной потребности интегрироваться в мировую экономику, изучение мировой практики бухгалтерского учета и востребование из нее наиболее прогрессивных и широко применяемых методов становится одним из значимых факторов этого жизненно важного для нас процесса. «Как показывает отечественный и мировой опыт, развитие бухгалтерского учета и отчетности должно происходить в тесной связи с изменениями экономической ситуации в стране и отвечать характеру и уровню развития хозяйственного механизма». [3]

Литература:

1. Стрелкова, Л. В., Макушева Ю. А. Внутрифирменное планирование: учеб. пособие для студентов вуза, обучающихся по специальностям «Экономика труда», «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)». — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 367 с.
2. Концепция развития бухгалтерского учета и отчетности на среднесрочную перспективу. Приказ Минфина РФ от 01.07.2004 № 180.
3. Кемаев, В. Д. Экономическая теория: крат. курс: учебник для вузов. 6-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2012. — 384 с.
4. Мизиковский, И. Е. Бухгалтерский управленческий учет: учеб. пособие — 2-е изд., исправ. и допол. — М.: Магистр: ИНФРА-М, 2016—144 с.
5. Ивашкевич, В. Б. Бухгалтерский управленческий учет: учебник. — 3-е изд., перераб. и допол. — М.: Магистр: ИНФРА-М, 2015. 448 с.

Видеоконтент: новое направление маркетингового продвижения

Малявин Виталий Владимирович, магистрант
Воронежский государственный университет

Концепция видеорекламы в первую очередь определяется поставленными целями, поэтому от заказчика требуется грамотно определить стратегию и цели рекламного видеоролика, чтобы в дальнейшем можно было максимально точно донести информацию до целевой аудитории. Интернет-видеореклама представляет собой относительно новый канал маркетинговой коммуникации, который получил в последние годы весьма активное развитие, и на текущий момент времени уже стал полноправным и серьезным конкурентом телевизионных рекламных роликов. На мировом медиа рынке развитие онлайн-видеорекламы началось около десяти лет назад, благодаря росту популярности канала YouTube. Именно этот интернет-ресурс первоначально послужил отличным полем для осуществления рекламных видео-экспериментов. На настоящий момент существует несколько видов использования рекламных носителей: реклама перед видеороликами (pre-roll); реклама поверх видеороликов (тизеры, overlay); реклама в окне до старта видеоролика; контекстная реклама в видеороликах; реклама в окне после видеороликов.

Наиболее часто в сети используются форматы «Реклама перед видеороликами» и «Реклама поверх видеороликов».

К основным плюсам, которые получает рекламодатель от рекламы в интернет-видеороликах, в сравнении с телевидением, можно отнести следующие [3]:

- гарантию просмотров. Интернет-видеореклама запускается действием самого пользователя, при этом окончание прокрутки рекламного ролика четко зафиксировано (так, если пользователь во время демонстрации рекламного ролика прерывает трансляцию рекламой посредством нажатия кнопки «Пропустить», то и рекламодатель ничего не платит владельцу сайта за показ);

- интерактивность, т. е. возможность отображать не только рекламное видео, но и интерактивные модули, вовлечение пользователя в рекламный процесс;

- сценарии и таргетинг. Так, в конце показа рекламы можно, например, осуществить вывод сообщения, в котором будет отображаться текст, относящийся только к региону нахождения пользователя, определяемый по его IP-адресу;

- простота. Интернет-рекламой намного проще управлять. Так, если в процессе рекламной кампании необходимо поменять сообщение или ролик целиком, то это можно сделать в режиме реального времени;

- оценка эффективности. Реклама в сети Интернет формирует статистику, описывающую количественные и качественные параметры проводимой кампании (число просмотров, реальную аудиторию пользователей, осуществленные переходы на сайт рекламодателя и т. п.);

- относительно невысокая стоимость рекламной кампании. В сравнении с телевизионной рекламой стоимость Интернет-кампании значительно ниже.

У интернет-видеорекламы есть также и минусы. Во-первых, это стоимость видеорекламы в Интернете. Она, конечно, ниже, чем по телевидению, но при этом на порядок выше, чем у баннеров, являющихся ее основными конкурентами. При этом владельцы видеорекламных площадок руководствуются тем, что эффект их рекламного продукта намного превышает эффект от обычной баннерной рекламы. Во-вторых, это повышенные требования, предъявляемые к аудитории. Видеореклама демонстрируется только на тех площадках, где пользователи смотрят видеоконтент, что предполагает обладание пользователем высокоскоростным соединением с Интернетом, а это, в определенной степени, сужает размер аудитории. Эта проблема может быть решена лишь со временем, т. е. с повсеместным распространением широкополосного Интернета особенно за пределами мегаполисов. В-третьих, видеореклама является намного более навязчивой, чем баннеры. И, в-четвертых, и, наверное, это один из самых значительных минусов видеорекламы, заключается в невозможности ее использования маленькими компаниями, т. к. стоимость даже самого маленького ролика для них является достаточно высокой.

На настоящий момент существуют достаточное количество сервисов, которые предоставляют практически неограниченные возможности для работы с видео в сети Интернет. С использованием этих сервисов возникает возможность создать онлайн-телеканалы и выдержать конкуренцию с традиционным телевидением.

Рассмотрим зарубежные и отечественные видеоплатформы. В 2009 году, когда гонка видеоплатформ только взяла свое начало, лидирующее положение на рынке занимали видеоплатформы Brightcove и Ooyala. При этом Brightcove получила наивысшие оценки в области распространения видео и интеграции, тогда как Ooyala была лидером в аналитике и монетизации. Сегодня Brightcove — это мощная видеохостинговая платформа корпоративного уровня, предоставляющая пользователю максимум самых разнообразных возможностей: воспроизведение видеороликов в реальном времени, синхронизация с YouTube, масштабируемая инфраструктура распространения видео CDN на основе Limelight и Akamai и др. [2].

От своего основного конкурента не отстает и Ooyala. Помимо основных базовых возможностей, видеоплатформа Ooyala предлагает услуги по интеграции со сторонними CMS в области массовой загрузки и импортирования контента (в том числе и с YouTube). Технология Personal Playback, используемая Ooyala, позволяет пользователям

смотреть видеоролики сначала на одном устройстве, а затем на другом. Аналитика Ooyala содержит такие данные о пользователях, как пол, возраст, интересы и др. Осуществлять видеотрансляцию роликов платформа Ooyala может на самые различные мобильные устройства: iPhone, iPad, Android и т. д. Среди клиентов Ooyala можно выделить различные телеканалы, видеохостинги, контент-провайдеры и такие бренды, как Victoria's Secret, Sephora и многие другие. Ooyala сегодня обеспечивает показ видеороликов более чем для 200 млн. уникальных зрителей.

Гибкостью, высокой степенью адаптивности и практически неограниченными возможностями отличается еще одна зарубежная платформа Kaltura. В-первых, этой платформой поддерживаются все виды контента: от видео до обычных документов. Во-вторых, компания предоставляет открытый код API для возможного совершенствования платформы под самые разнообразные запросы и автоматизации процессов. Наконец, компания создала и активно использует ресурс Kaltura Exchange, при помощи которого пользователи могут осуществлять обмен созданными ими предложениями под эту платформу. Kaltura доставляет видео на персональный компьютер или мобильные устройства через Yahoo Connected TV, Samsung, Sony, LG, Toshiba и Vizio, позволяя осуществлять трансляции в режиме реального времени, а также размещать видеоролики в различных социальных сетях. Особого внимания в платформе Kaltura заслуживает технология «поиск в видео», позволяющая осуществлять поиск слов и фраз в файлах субтитров, которые сопровождают демонстрацию видеороликов. Самыми важными достоинствами, которыми обладает Kaltura, являются доставка контента до конечных пользователей, качество показа видео и скорость его загрузки. Для достижения положительного результата в этом направлении платформа Kaltura сотрудничает с сетями Level³ Origin Storage, Akamai NetStorage и др. [4].

Однако некоторые операторы самостоятельно рассматривают рассматриваемое направление. Так, Limelight Networks предлагает собственную видеоплатформу с целым набором универсальных инструментов, предназначенных для публикации, анализа и монетизации видеоконтента. При помощи Video Clipper платформа Limelight позволяет работать с целым роликом и с выборочными отрезками. Limelight подобно Kaltura позволяет осуществлять «поиск внутри видео» по ключевым словам и отдельно взятым фрагментам. Платформа Limelight интегрируема с YouTube, Facebook, Twitter и iTunes.

В нашей стране наиболее крупным игроком на рынке интернет-видео является платформа Rutube, которую функционально можно сравнить с YouTube. Обе эти платформы ориентированы на дистрибуцию и определенную

систематизацию контента, который свободно загружен частными пользователями. Rutube также может быть использован для бизнеса, но с некоторыми ограничениями.

Еще одной из немногих российских видеоплатформ является проект eagle. platform от Dulton Media. Эта платформа предоставляет весьма широкий спектр услуг, которые, в первую очередь, основаны на ведении библиотеки видео с целым набором дополнительных услуг. Dulton Media запустил также сервис yatv. ru, который, как и WorldTV, позволяет осуществлять трансляцию интернет-каналов [1].

Следующая платформа Cloud4Video, предложенная российской компанией CDNvideo, представляет собой сравнительно новое решение на рынке отечественных видеоплатформ. Изначально Cloud4Video задумывалась как универсальная расширяемая видеоплатформа, которая могла бы учесть все нужды и требования максимально возможного количества клиентов. Преимуществом этой платформы можно считать технологию ее разработки. Ее сервисы сначала разрабатывались для конкретных клиентов, проходя тщательную проверку в «боевых» условиях, и только затем стали общедоступными. На настоящий момент Cloud4Video является универсальным инструментом для хранения, конвертации, логистики и дальнейшей публикации видео в сети Интернет. Важной особенностью платформы Cloud4Video является то, что она транслирует видео как в виде SaaS-сервиса, так и отдельного решения Cloud4Video Appliance [5].

В России наиболее крупным игроком на рынке интернет-видео является платформа Rutube, которую функционально можно сравнить с YouTube. Обе эти платформы ориентированы на дистрибуцию и определенную систематизацию контента, который может быть свободно загружен частными пользователями. Однако если брать международную арену, то здесь одно из лидирующих положений занимает видеохостинг YouTube, на котором, в том числе, помимо всего прочего можно просматривать рекламные ролики от блогеров.

Поведенческие особенности потребителей в Интернет формируются благодаря видеорекламе, размещенной в сети. Поэтому основная цель производителей, продающих товары и услуги, выбрать верный путь и верное направление в части преподнесения роликов, чтобы не вызвать у потенциальных потребителей отторжение, а, напротив, подстегнуть их интерес к реализуемой продукции. Таким образом, видеоконтент на настоящий момент времени во всем мире рассматривается как один из самых перспективных подсегментов медийной рекламы, который показывает опережающие темпы роста, особенно, если речь идет о трансляции видеорекламы на мобильных устройствах.

Литература:

1. Готовые видеоплатформы для интернет-вещателей [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.telemultimedia.ru/art.php?id=491> (дата обращения: 02.03.2018).

- Интернет и видеореклама [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://7statey.ru/marketingovye_kommunikacii/internet-videoreklama (дата обращения: 04.03.2018).
- Российский рынок онлайн-видеолатформ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://media-sputnik.net/11567-2> (дата обращения: 04.03.2018).
- Форматы рекламы на YouTube [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://seoprofy.ua/blog/video-marketing/formaty-reklamy-na-youtube> (дата обращения: 02.03.2018).
- Cloud4Video для телеканалов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.mediavision-mag.ru/uploads/04%202012/64-66%2004_2012.pdf (дата обращения: 05.03.2018).

Мессенджеры как актуальный канал маркетингового продвижения

Малявин Виталий Владимирович, магистрант
Воронежский государственный университет

На сегодняшний день практически все люди в той или иной степени пользуются мессенджером, однако, для в большинстве случаев — это лишь смайлы, стикеры и возможность передать какой-либо файл. Мало кто еще пока понял, что эти приложения очень хороши в качестве инструмента раскрутки своего бизнеса, и являются уникальными и эффективными каналами маркетингового продвижения.

Продвижение через мессенджеры представляет собой отличный способ привлечения внимания к продукту или услуге, наравне с такими раскрученными каналами маркетингового продвижения как SEO, Интернет-реклама с возможностью оплаты в один клик, краунд-маркетинг и SMM. Основное преимущество и главная особенность этого способа продвижения заключается в том, что данный канал связи непосредственной близости к потребителю находится в круглые сутки.

При этом, стоимость рекламы в мессенджерах составляет от 6 до 8 копеек за одно сообщение, в связи с чем находятся достаточно большое количество желающих поэкспериментировать [1].

Для того чтобы использование мессенджера было максимально эффективным необходимо подойти к нему в первую очередь со стороны пользователя. Нужно понимать, что потенциальный потребитель ожидает от коммуникации с брендом и почему ему будет интересно поддерживать общение с ним таким образом?

Также важно помнить, что при использовании такого метода маркетингового продвижения, необходимо максимально находиться в режиме онлайн, так как в любой момент потребитель может запросить фотографию товара, информацию о времени работы компании-продавца, поинтересоваться дополнительными опциями и т. д. Важно понимать, что если потенциальный покупатель получит такую информацию через сутки, то он вряд ли сохранит свою заинтересованность в этой покупке на начальном уровне.

Основным преимуществом сообщений в мессенджерах является то, что продавец не заставляет потенциального

клиента входить с ним в разговор. Он просто оставляет ненавязчивое сообщение, которое клиент сможет прочитать в любое удобное для него время. Более того, потенциальный потребитель сам оказывается в среде покупателей, подобных ему, что только укрепляет уровень доверия.

Самыми популярными мессенджерами на сегодняшний день являются Viber, WhatsApp, Telegram и Skype. Рассмотрим их более подробно [2].

1. Вайбер (рис. 1).



Рис. 1. Логотип Viber

К формату общения относятся:

- группы;
- публич чаты.

Этот мессенджер первую очередь подойдет туристическим фирмам, компаниям бьюти-сферы, Интернет-магазинам, станциям технического обслуживания и т. д.

Публич чаты можно с успехом использовать в бизнес-целях, чтобы информировать подписчиков о мероприятиях, обновлениях, скидках и акциях. При помощи Viber можно организовывать записи на прием, осуществлять бронирование и обмен необходимой информацией с активным использованием фотографий.

Также при помощи Viber можно поздравлять коллег и обмениваться впечатлениями. С использованием таких чатов создается неформальный привлекательный образ компании и ее сотрудников. Вместе с тем, нужно иметь в виду, что текст всех сообщений отображается в push-уведомлениях, поэтому нужно экономить информационное пространство и тщательным образом продумывать вступительные слова.

2. Вотс Апп (рис. 2).



Рис. 2. Логотип WhatsApp

К особенностям такого типа общения относятся:

- создание чатов, основанное на списке контактов.
- неограниченное число участников.
- объемный список рассылки.
- отправка сообщений доступна только в рамках взаимно добавленных контактов.

WhatsApp более всего подойдет компаниям, с раскрученным Instagram, которые именно оттуда черпают свои заказы.

WhatsApp следует использовать в качестве популярного средства связи для совершения разнообразных покупок.

При этом, следует избегать активных переписок непосредственно внутри беседы, так как впоследствии все превращается в балаган.

При маркетинговом продвижении товаров и услуг через WhatsApp необходимо использовать кнопку «поделиться» при помощи мобильной версии. Таким образом, появится возможность без особых усилий рассказывать о своих товарах и услугах.

3. Телеграм (рис. 3).



Рис. 3. Логотип Telegram

К формату такого общения относятся:

- группы;
- каналы;
- секретные чаты.

При использовании данного мессенджера стоит понимать, что аудитория Telegram схожа с аудиторией Viber, поэтому для него характерны все те же самые правила. Однако, стоит понимать еще и тот момент, что Telegram является очень молодым мессенджером и количество его пользователей пока весьма незначительна.

При использовании Telegram в качестве канала маркетингового продвижения необходимо задать себе уникальное имя. В том случае, если выбранное имя занято,

необходимо обратиться в службу технической поддержки. При определенных условиях, специалисты технической службы позволят создать такое же имя.

4. Скайп (рис. 4).



Рис. 4. Логотип Skype

В наше время Skype утратил свою былую популярность, однако, время от времени все еще может быть использован в качестве канала маркетингового продвижения.

Для использования Skype необходимо создать чат и отправлять емкие короткие сообщения, фото или видео.

Общими для всех мессенджеров принципами продвижения являются следующие [3]:

1. Необходимо наладить умелое общение с аудиторией. Приобрести базу и затем просто отправлять спамы не получится. Такие рассылки автоматически отправляются в черный список.

2. Нельзя осуществлять массовую рассылку по холодным контактам, так как такие сообщения также блокируются.

3. Все сообщения необходимо писать емко, ярко и интересно. Однако, основным условием эффективного продвижения является то, что все сообщения должны быть написаны строго «по теме».

4. Сообщения стоит присылать регулярно, но не очень часто. Целью продвижения является информирование клиентов, а не постоянное отвлечение от важных дел.

5. Необходимо всегда быть полезным и обходительным. Стоит научиться работать со сложными клиентами.

6. Стоит разбить весь массив потенциальных клиентов на группы по 10–15 человек. И каждой такой группе нужно отправлять особенные предложения, отличные от других.

7. Не нужно полностью отказываться от телефона и почты, так как всегда должны быть традиционные альтернативные способы связи.

Подводя итог статьи, хотелось бы дополнительно отметить, что любому продавцу всегда следует иметь на вооружении такой канал маркетингового продвижения, как мессенджер, потому что, как показывает практика, такой канал коммуникации является очень удобным для широкого круга пользователей, а, значит, и потенциальных покупателей товаров и потребителей услуг.

Литература:

1. Как использовать мессенджеры для рекламы [Электронный ресурс] — Режим доступа: URL: <https://texterra.ru/blog/kak-ispolzovat-messendzhery-v-marketinge.html> (дата обращения: 03.03.2018).

2. Продвижение в мессенджерах [Электронный ресурс] — Режим доступа: URL: <https://www.chopochom.com/blog/book/promotion-on-the-messengers.html> (дата обращения: 04.03.2018).
3. Продвижение в мессенджерах: WhatsApp, Viber, Telegram [Электронный ресурс] — Режим доступа: URL: <http://www.setup.ru/client/subscription/494> (дата обращения: 02.03.2018).

Особенности использования проектного менеджмента при реализации проектов по выводу нового продукта на рынок

Сефер Мария Дмитриевна, независимый эксперт (г. Москва)

В статье рассматриваются особенности проектов по выводу нового продукта на рынок. Доказывается целесообразность использования предприятием проектного подхода для решения задачи по выводу нового продукта, проводится адаптация методов и инструментов проектного менеджмента к характерным чертам таких проектов с целью достижения максимальной эффективности их реализации.

Ключевые слова: проект по выводу нового продукта на рынок, маркетинговый проект, проектный менеджмент, проектный подход, календарно-сетевое планирование, управление рисками.

Современные предприятия любых отраслей промышленности постоянно сталкиваются с необходимостью обновления ассортимента выпускаемой продукции в связи с изменением потребительских предпочтений, ускорением научно-технического прогресса и необходимостью обретения дополнительных конкурентных преимуществ.

Однако в настоящих неблагоприятных социально-экономических условиях в Российской Федерации вывод новых продуктов на рынок является всё более рискованным мероприятием, что требует повышения эффективности и надежности процессов вывода продукта на

рынок, которые бы позволили получить запланированный результат с наименьшими потерями ресурсов предприятия. Таким образом, актуальной становится выработка управленческих механизмов для успешного вывода новых продуктов на рынок, в т. ч. с применением методологии проектного менеджмента.

Задача по выводу нового продукта на рынок является достаточно сложной, многогранной и предусматривает весь комплекс управленческих мероприятий от идеи создания нового продукта до реализации его конечным потребителям (см. рис. 1) [4].

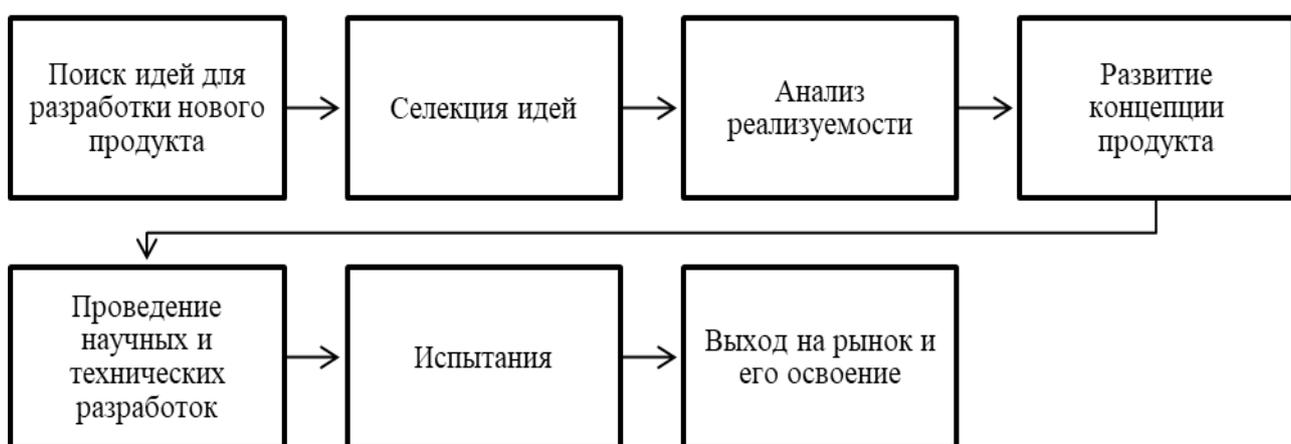


Рис. 1. Стадии вывода нового продукта на рынок

Процессы, реализуемые на предприятии для вывода нового продукта на рынок, отличаются неповторимостью и уникальностью, высокой степенью неопределенности, междисциплинарностью, подвержены воздействию множества внешних и внутренних факторов среды организации [1].

Исходя из указанных особенностей, лучшим решением для осуществления вывода нового продукта на рынок является представление данного мероприятия в качестве проекта.

В этом случае предприятие создает команду проекта, состоящую из специалистов различных функциональных

областей, которые подходят к задаче вывода нового продукта комплексно, в соответствии со стадиями жизненного цикла проекта.

Несмотря на то, что инструментарий управления проектами подходит для проектов любого масштаба и вида, однако следует отметить, что для проектов по выводу нового продукта на рынок он имеет свои особенности, обусловленные характерными чертами таких проектов.

Так, в связи с необходимостью учитывать потребительские предпочтения и конкурентную среду, реализация проекта по выводу нового продукта на рынок невозможна без исследования соответствующего рынка, т. е. в таких проектах должна в обязательном порядке присутствовать маркетинговая деятельность в качестве одной из функциональных областей. При этом маркетинговый компонент в таких проектах должен отвечать не только за рыночные исследования, но и за разработку всего комплекса маркетинга и планирование маркетинговых коммуникаций [5].

В большинстве случаев вывод нового продукта на рынок должен осуществляться достаточно быстро, чтобы не допустить первенства конкурирующих производителей аналогичной продукции. Это обязывает команду проекта достаточно много уделять внимания календарно-сетевому планированию и обеспечению плана реализации проекта за счет установления вех и использования инструментов оптимизации сроков проекта.

Как уже было отмечено, к реализации проекта по выводу нового продукта на рынок привлекается достаточно большое число специалистов из различных структурных подразделений компании. Это усложняет взаимодействие и коммуникационные процессы между ними. По этой причине управление коммуникациями является ключевым фактором успеха таких проектов. По мнению автора, наиболее подходящей технологией реализации проекта в этих условиях становится использование agile-методик, например, Scrum, которая предусматривает реализацию проекта посредством нескольких итераций и обеспечивает наиболее тесное командное взаимодействие посредством применения современных коммуникационных технологий и информационных систем [3].

Использование гибкой методологии разработки для проектов по выводу нового продукта на рынок имеет ещё одно значительное преимущество — таким образом обеспечивается необходимая гибкость, ведь разработка нового продукта может занять значительный промежуток времени, в котором могут измениться не только потребительские предпочтения, но и другие факторы внешней среды.

Изменяющиеся условия, в которых обычно реализуются проекты по выводу нового продукта на рынок, говорят о повышенном уровне неопределённости и наличии большого количества рисков. Это обуславливает необходимость пристального внимания руководителя и команды проекта к риск-менеджменту.

С этой целью рекомендуется использовать такие методы качественного анализа как матрица вероятности и воздействия, на основе которой возможно составление реестра рисков, для того чтобы понимать, для каких из них следует в первую очередь предусмотреть варианты смягчения и нивелирования рисков [2].

В качестве методов количественного анализа наиболее подходящими являются методы:

— анализа чувствительности — помогает понять, на какие из параметров проекта следует обратить особое внимание руководства;

— сценарного анализа — позволяет оценить вероятную величину чистого дисконтированного дохода проекта в случае, если не все запланированные параметры будут достигнуты; если полученное значение вероятного чистого дисконтированного дохода всё же превышает 0, то проект может быть реализован;

— дерева решений — позволяет выбрать варианты инвестиционных решений (например, определить чистый дисконтированный доход при закупке оборудования различной мощности) или же варианты управленческих решений уже в ходе реализации проекта.

Использование инструментов анализа и управления рисками позволяет заранее увидеть угрозы для успешной реализации проекта и выработать тактику борьбы с ними.

В конце отметим, что проекты по выводу нового продукта на рынок обладают ещё одной характерной чертой — их успех можно оценить только по объемам спроса на продукт в течение некоторого времени после начала массового производства. Поэтому такой проект не должен заканчиваться установкой производственной линии, необходимо отлеживать показатели эффективности проекта до достижения периода окупаемости. Периодический контроль показателей эффективности в контрольных точках позволяет вовремя заметить отклонения и предпринять соответствующие меры по обеспечению достижения предприятием установленных параметров эффективности. В противном случае проект рискует стать для компании убыточным, а время, которое могло быть потрачено на корректировку ситуации, упущенным.

Таким образом, можно сопоставить особенности и сложности реализации проектов по выводу нового продукта на рынок и подходящие для наиболее эффективной реализации инструменты проектного менеджмента в таблице 1.

Указанные особенности использования инструментов проектного менеджмента для проектов по выводу нового продукта на рынок позволяют отечественным предприятиям более осознанно походить к реализации таких проектов, обеспечить максимальную эффективность расходования ресурсов и достижение установленных целей.

Успешная реализация проектов по выводу новых продуктов на рынок — залог стратегического развития предприятий и роста конкурентоспособности как отдельных компаний, так и экономики в целом.

Таблица 1. Использование инструментов проектного менеджмента в соответствии с особенностями проектов по выводу нового продукта на рынок

Особенности проектов по выводу нового продукта на рынок	Используемые инструменты проектного менеджмента
Необходимость учета потребительских предпочтений и конкурентной среды	Проведение маркетинговых исследований на этапе инициации проекта Разработка комплекса маркетинга и планирование маркетинговых коммуникаций на этапе планирования проекта
Принципиальное значение сроков реализации	Использование инструментов календарно-сетевого планирования, постоянный мониторинг сроков реализации, поиск возможностей оптимизации графика реализации проекта
Привлечение к реализации проекта множества специалистов из различных функциональных областей, сложность коммуникаций	Использование гибких подходов к разработке проектов с применением современных информационных технологий
Возможность изменения внешней среды проекта во время инвестиционной фазы	Использование гибких подходов к разработке проектов, изменение потребительских свойств и других параметров нового продукта в соответствии с ожиданиями потребителей и действиями конкурентов
Высокая степень неопределенности	Повышенное внимание к планированию и управлению рисками проекта: использование нескольких методов качественного и количественного анализа рисков
Оценка успешности проекта возможна только через некоторое время после начала продаж	Необходимость отслеживания результатов проекта во время эксплуатационной фазы: установление контрольных точек для определения значений целевых показателей, разработка управленческих решений для случаев недостижения поставленных целей

Литература:

1. Артемьев, Д.Г. Критерии успеха проектов по разработке нового продукта на разных стадиях их жизненного цикла / Д.Г. Артемьев, Е.Н. Гребенщикова // ARS ADMINISTRANDI. — 2015. — № 4. — с. 41–56.
2. Ельчинова, Е.А. Управление проектом создания нового продукта / Е.А. Ельчинова // Актуальные проблемы теории и практики развития экономики региона. Материалы 2-й межвузовской студенческой научно-практической конференции. — 2015. — с. 367–370.
3. Зарубина, А.А. Управление проектами: применение метода Scrum в маркетинговых проектах / А.А. Зарубина // Бизнес-образование в экономике знаний. — 2017. — № 3 (8). — с. 48–50.
4. Пантелеева, К.О. Процессуальные и организационные основы планирования нового продукта на предприятии / К.О. Пантелеева // Вестник СГТУ. — 2013. — № 1 (72). — с. 278–284.
5. Синяева, И.М. Модель организации маркетинга инновационного проекта в сфере предпринимательства / И.М. Синяева // Российское предпринимательство. — 2014. — № 22 (268). — с. 44–52.

Диверсификация как стратегия устойчивого развития предприятия

Чагарбиев Самхад Николаевич, магистрант

Грозненский государственный нефтяной технический университет имени академика М.Д. Миллионщикова

В настоящее время в условиях рыночной экономики основной целью любого хозяйствующего субъекта является стремление к повышению конкурентоспособности выпускаемой продукции и технического уровня производства, а также обеспечению выхода новой продукции и инновационных технологий как на внутренний, так и на внешний рынки и закреплению своих позиций на них. Таким образом, важнейшей задачей системы управления

предприятия является не только упорядочение производственного процесса, но и создание таких условий, которые обеспечивали бы устойчивое развитие предприятия посредством внедрения технологий управления, способствующих более полному и рациональному использованию возможностей предприятия.

Сложившаяся на сегодняшний день ситуация показывает нам, что условия, в которых функционируют предпри-

ятия, отличаются крайней нестабильностью. Замечаются высокие темпы НТП, жесткая конкуренция, потребители становятся все более разборчивыми и капризными в приобретении товаров, сервисное обслуживание становится важным аспектом в сфере торговли.

Высокая степень неопределенности и динамично развивающиеся рыночные отношения являются основными параметрами внешней среды, которые, в свою очередь, играют важнейшую роль в функционировании хозяйствующих субъектов и их устойчивом развитии. Переход от командной экономики к свободно рыночной позволил разработать новую модель стратегического управления, которая основана на свободе выбора хозяйствующим субъектом вида деятельности и пути ее осуществления и развития.

От правильности данного выбора зависят потенциал предприятия в достижении поставленных целей и то, какое место оно будет занимать на рынке данной продукции (товаров или услуг), где с каждым днем обостряется конкуренция. Для разработки стратегии предприятия в современных рыночных условиях хозяйствующему субъекту необходимо разработать научно обоснованную концепцию, определяющую основные принципы функционирования и устойчивого развития предприятия.

В научной литературе с развитием экономических отношений ученые-экономисты стали обращать все большее внимание обсуждению проблемы обеспечения устойчивого развития экономических систем различного типа. Несмотря на это, до сих пор им не удалось представить в полном объеме рекомендации, связанные с данным процессом, в том числе применительно к «первичной ячейке» рыночной экономики — к предприятию.

Тщательное изучение и рассмотрение сущности понятия «устойчивое развитие предприятия», а также разработка методического обеспечения развития данного типа, поможет нам в решении поставленной в преамбуле проблемы.

Для решения этой проблемы проведем небольшой анализ понятия «развитие».

В толковом словаре Ожегова «развитие» — это: «1. Процесс закономерного изменения, перехода из одного состояния в другое, более совершенное; переход от старого качественного состояния к новому, от простого к сложному, от низшего к высшему. 2. Степень сознательности, просвещенности, культурности». [5].

О.А. Богомолов и В.А. Горемыкин интерпретируют понятие «развитие» следующим образом: «это качественное изменение и обновление хозяйственной системы, повышение эффективности ее функционирования на основе совершенствования техники, технологии и организации труда во всех структурных подразделениях и улучшения качества выпускаемой продукции». [2, с. 267].

Недостатки вышеприведенного определения, учитываются Р.Л. Акоффом, полагающим, что «развитие — это процесс, в котором увеличиваются возможности и желания индивида удовлетворять свои желания и желания общества в целом. Это скорее вопрос мотивации, знаний,

понимания и мудрости, чем богатства. Развитие более тесно связано с качеством, чем с уровнем жизни. Развитие представляет собой приобретение потенциала для улучшения, а не реальное улучшение качества и уровня жизни». [1, с. 138].

Разобрав понятие «развитие», мы перейдем к понятию «устойчивое развитие». Проведенные нами исследования позволили выявить несколько определений данного понятия, для которых характерны следующие основные признаки:

- моральный принцип равенства между поколениями, видами и группами;
- гармонизация человечества и окружающей среды;
- управление совокупным капиталом общества в интересах сохранения и преумножения человеческих возможностей;
- обеспечение в длительной перспективе высоких показателей социально-экономического и экологического состояния региона и страны в целом. [4].

Следовательно, относительно объекта нашего исследования — предприятия, понятие «устойчивое развитие» подразумевает:

- прирост потенциала предприятия;
- повышение качества жизни лиц и организаций, которые имеют отношение к рассматриваемому предприятию в длительной перспективе;
- высокую динамику факторов внешней среды;
- оригинальность принимаемых управленческих решений;
- постоянность и высокую трудоемкость обеспечения развития предприятия;
- допустимый уровень отклонений фактических показателей деятельности предприятия от их плановых.

В условиях стагнации и экономического кризиса стратегия диверсификации производства рассматривается как одна из стратегических альтернатив устойчивого развития предприятия.

Исследование организационно-экономических механизмов диверсификации производства представляется необходимым начать с выяснения ее сущностного содержания.

Первыми и наиболее значимыми работами, заложившие основу данной области, стали труды известных экономистов Р. Румельта, Б. Скотта, И. Ансоффа, Р. Акоффа, Е. Есинеры и др. В результате их исследований понятие «диверсификация» получила признание, как стратегия, снижающая риск рыночной деятельности в неблагоприятных условиях, и повышающая степень устойчивости предприятия.

Диверсификация — это одно из направлений экономической стратегии, используемое в производственном предприятии, основной целью которого является расширение сферы деятельности хозяйствующего субъекта посредством выпуска новых товаров или услуг, производство которых не связано с его основной деятельностью, с использованием тех же основных средств за счет реали-

зации внутрипроизводственных резервов. Основным содержанием данной стратегии являются научно-технические, организационные и коммерческие мероприятия, направленные на поиск и внедрение новых направлений производства товаров и услуг. [6, с. 59].

В научной литературе выделяют следующие основные типы диверсификации:

1) вертикальная диверсификация — направлена на поглощение потребителей и поставщиков, преимущество которой заключается в абсолютном контроле за всем производственным процессом: от сырья до готовой продукции. Вертикальная диверсификация характерна для деятельности, связанной с переработкой основополагающего ресурса (дерева, нефти и т. д.);

2) горизонтальная диверсификация предполагает производство нового товара, несвязанного с выпускаемым, который может быть интересен существующей клиентуре;

3) конгломератная или побочная диверсификация предполагает проникновение предприятия в другие отрасли. Данная форма диверсификации характеризуется приобретением новых для данного хозяйствующего субъекта производств, гарантирующие максимально высокую прибыль;

4) концентрическая диверсификация — пополнение ассортимента продукции за счет производства товаров, схожих с технической и маркетинговой точки зрения с товарами, уже выпускающимися, но предназначенных для привлечения новых клиентов. [3].

Почему возникла необходимость в таком сложном процессе, как диверсификация, и каковы ее причины?

Выделим следующие основные причины диверсификации производства:

— выживаемость — предполагает меры по устранению неблагоприятного производственного, рыночного или материального воздействия;

— стабильность — задействование производственного баланса в циклическом производстве;

— производственная утилизация ресурсов;

— приспособление к постоянно меняющимся потребностям покупателей;

— рост.

Данные причины диверсификации вызваны необходимостью повышения эффективности предприятия не только на короткий период времени, но и на долгосрочную перспективу, т. е. связаны с принятием не только тактических, но и стратегических решений.

Для практической реализации стратегии диверсификации предлагаем использовать следующие методы диверсификации:

— расширение номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции;

— обновление (усовершенствование) продукции;

— охват новых сегментов рынка;

— территориальное расширение рынков;

— создание собственной сырьевой или сбытовой базы, что позволило бы оказывать услуги другим предприятиям;

— организация нового производства на имеющемся предприятии;

— создание новых предприятий (в том числе филиалов и дочерних предприятий);

— покупка действующих предприятий (конкурентов или не связанных с деятельностью действующего предприятия);

— объединение с другими предприятиями, слияние и поглощение;

— создание альянсов между предприятиями без перехода права собственности;

— приобретение долговых обязательств или производственных мощностей обанкротившихся предприятий.

Также, на наш взгляд, необходимо отметить следующие стратегические выгоды диверсифицированного предприятия, которые не характерны для специализированного:

1) диверсификация является одним из наиболее эффективных способов осуществления капитальных вложений и уменьшения степени риска;

2) производя целый комплекс товаров и услуг, предприятие может повысить свою конкурентоспособность;

3) многоцелевое использование производственных мощностей предприятия позволяет снизить как издержки производства, так и транзакционные издержки;

4) персонал предприятия накапливает большой технический и управленческий опыт;

5) предприятие получает технологический выигрыш в результате совместных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и обменивается опытом в различных стратегических единицах бизнеса;

6) предприятие получает возможность большей дифференциации производимой продукции.

В зависимости от степени диверсификации промышленные предприятия классифицируются (от доли однотипной продукции в общем объеме продаж) как специализированные, если доля однотипной продукции в общей продаже составляет более 75% и как диверсифицированные, если менее 75%. [1].

Как показывает практика, множество успешных компаний начали свою деятельность как специализированные и достигли большого успеха, используя стратегию концентрации, иными словами, не выходя за рамки одной отрасли. Наряду с этим также необходимо отметить, что среди компаний, использующих данную стратегию, наблюдается наибольшее число банкротств, что характеризуется высоким уровнем риска. Использование стратегии отраслевой концентрации может быть оправдано только на ранних этапах жизненного цикла отрасли, поскольку при благоприятных обстоятельствах она может обеспечить высокие темпы развития производства и прироста капитала. На последующих этапах своего развития по мере удовлетворения основной массы потребителей на смену концентрации должна прийти стратегия отраслевой диверсификации производственной деятельности, что позволит компании наиболее широко использовать накопленный опыт в сфере управления, маркетинга, производственных технологий и т. п.,

и, соответственно, способствует увеличению конкурентных преимуществ диверсифицируемых подразделений. Однако она эффективна в случае благоприятного прогноза конъюнктуры соответствующих товарных рынков.

Таким образом, диверсификация:

1) является важным средством управления финансовыми рисками, что позволяет компенсировать убытки по одним направлениям деятельности за счет получения большей прибыли от реализации продукции других стратегических направлений, при этом потери по одному направлению деятельности не будут оказывать существенное влияние на финансово-экономическое состояние предприятия, поскольку его удельный вес в доходах уже не будет доминирующим;

2) позволяет предприятиям наиболее полно использовать свой ресурсный потенциал, что позволяет смягчить

сезонность производства, повысить занятость промышленно-производственного персонала, получить больший доход от своевременной и продуманной отраслевой маневренности, быстрее наращивать объемы производимой продукции, обладающей высоким спросом, а также сократить те стратегические направления деятельности, по которым конъюнктура рынка стала неблагоприятной;

3) диверсификация позволяет предприятию добиться синергетического эффекта, что в свою очередь, при прочих равных условиях, повышает эффективность деятельности предприятия и его устойчивость.

Следовательно, диверсификацию деятельности предприятия целесообразно рассматривать как инструмент управления его развитием, причем виды диверсификации зависят от сферы деятельности, размеров, ресурсов и стратегических целей предприятия.

Литература:

1. Акофф, Р.Л. Планирование будущего корпорации / Р.Л. Акофф: пер. с англ. — М.: Сирин, 2012. — 256 с.
2. Горемыкин, В. А. Экономическая стратегия предприятия: учебник / В. А. Горемыкин, О. А. Богомолов. — М.: Филинь, — 2012. — 506 с.
3. Немченко, Г. Донецкая С., Дьяконов К. Диверсификация производства: цели и направления деятельности. // Проблемы теории и практики управления. — 2014. — № 5. с. 69–80.
4. Ниязян, В. Г. Теоретические подходы к определению устойчивого развития / В. Г. Ниязян // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). — 2015. — Т. 6, № 1.
5. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова — М.: Азбуковник, 1998. — 944 с.
6. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации: Учебник для вузов / А. А. Томпсон, А. Д. Стрикленд: Пер. с англ. — М.: ИНФРА-М, 2012. — 119 с.

Оценка режима проведения денежно-кредитной политики

Шмидт Михаил Андреевич, магистрант
Сибирская академия финансов и банковского дела (г. Новосибирск)

В статье рассмотрены различные оценки проведения денежно-кредитной политики РФ на современном этапе развития экономики.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, ключевая ставка, инфляция, норма обязательного резервирования.

Главной целью в осуществлении денежно-кредитной политики Центральным банком в Российской Федерации несколько лет подряд является обеспечение ценовой стабильности в стране, т. е. достижение и поддержание устойчивой низкой инфляции, что в конечном итоге должно приводить к повышению уровня благосостояния граждан, созданию условий для формирования устойчивого экономического роста.

С 2015 года Банк России осуществляет свою политику в рамках режима таргетирования инфляции. В рамках данного режима Банк России определяет количественную

цель по инфляции на среднесрочную перспективу (воздействие денежно-кредитной политики на процессы ценообразования происходит с временным лагом), которая публикуется в Основных направлениях единой государственной денежно-кредитной политики (ОНЕГДКП) [3]. В таблице 1 приведены целевые ориентиры денежно-кредитной политики в России в период с 2007 по 2017 года.

Если посмотреть на фактические значения годовой инфляции в стране (рисунок 1), то можно сказать, что в целом показатели целевой инфляции не достигались. В 2009–2011 годах Центральному Банку удалось выпол-

Таблица 1. Целевые ориентиры денежно-кредитной политики в России в 2007–2017 годах

Год	Целевые ориентиры
2007	Снижение инфляции до 6,5–8%, уровень базовой инфляции 5,5–7%
2008	Снижение инфляции в 2008 г. до 6–7%, в 2009 — до 5,5–6,5%, в 2010 г. до 5–6%
2009	Снижение инфляции в 2009 г. до 7,0–8,5%, в 2010 г. до 5,5–7,0%, в 2011 г. 5,0–6,8%
2010	Снижение инфляции в 2010 г. до 9–10%, в 2011 — до 7–8%, в 2012 — до 5–7%
2011	Снижение инфляции в 2011 г. до 6–7%, в 2012 — до 5–6%, в 2013 — до 4,5–5,5%
2012	Снижение инфляции в 2012 г. до 5–6%, в 2013 — до 4,5–5,5%, в 2014 — до 4–5%
2013	Снижение инфляции в 2013 г. до 5–6%, в 2014 и 2015 годах до 4–5%
2014	Снижение инфляции в 2014 г. до 5,0%, в 2015 до 4,5%, в 2016 г. до 4,0%
2015	Снижение инфляции в 2015 до 4,5%, в 2016–2017 гг. — 4%
2016–2017	Снижение инфляции в 2016–2018 гг. до 4%

нить цель денежно-кредитной политики по инфляции, инфляция стабилизировалась на уровне 6,1–8,8%. В дальнейшем, начиная с 2012 года, цели вновь превышали факт, наиболее важной целью считалось достижение ин-

фляции в 2014 году уровня 4–5%. В результате, отклонение фактического роста цен от целевого более, чем на 5% в 2014 году привел к резкому возрастанию инфляционных ожиданий и панике на внутреннем валютном рынке.

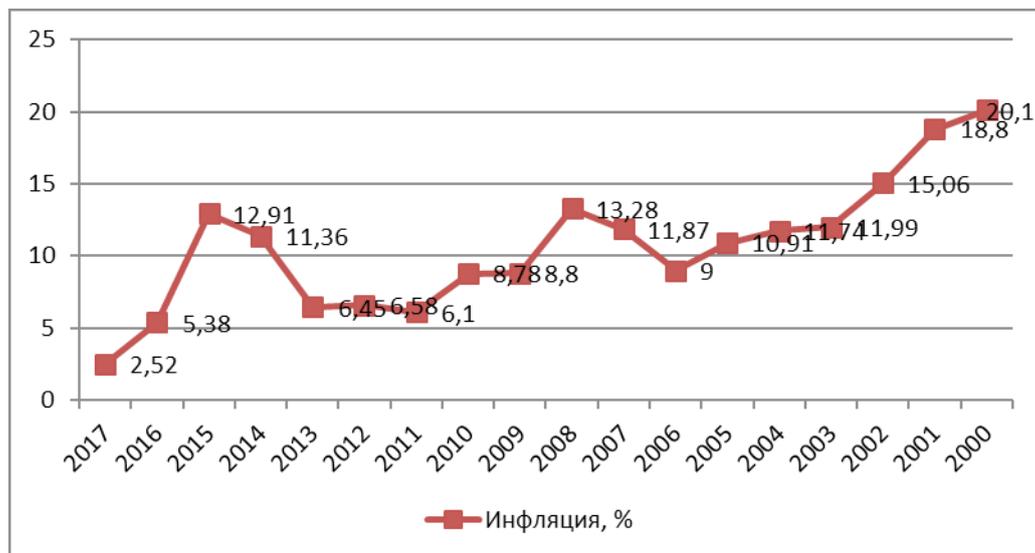


Рис. 1. Динамика годовой инфляции в России в 2000–2017 годах

Согласно Основным направлениям государственной денежно-кредитной политики на 2017 год и период 2018 и 2019 годов, Банк России нацелен на обеспечение ценовой и финансовой стабильности как важных условий для устойчивого экономического роста и социального благополучия [1]. Целевым показателем денежно-кредитной политики в период 2017 года по 2019 год является инфляция на уровне 4%.

В условиях совершенствования системы денежно-кредитного регулирования с целью эффективного применения режима таргетирования инфляции Центральный Банк России провел некоторые мероприятия по изменению существующих инструментов и методов денежно-кредитного регулирования:

1. Ключевая ставка стала выступать основным индикатором денежно-кредитной политики.

2. Ключевая ставка — это минимальная процентная ставка, по которой ЦБ РФ предоставляет кредиты коммерческим банкам на срок в 1 неделю, и одновременно это максимальная ставка, по которой ЦБ РФ готов принимать от банков на депозиты денежные средства. Она играет ключевую роль при установлении процентных ставок по банковским кредитам и оказывает влияние на уровень инфляции и стоимость фондирования банков. Ключевая ставка была введена 13 сентября 2013 года и составляла 5,5%.

3. Ставка рефинансирования перестала играть основную роль при предоставлении ликвидности банковскому сектору.

В настоящее время используется как справочная, поскольку к ней привязаны многие законодательные акты, а также с ее помощью проводятся расчеты штрафов и пеней.

14 сентября 2012 года последний раз было установлено значение ставки рефинансирования в размере 8,25% (с 1 января 2016 года ее значение было приравнено к значению ключевой ставки ЦБ РФ).

4. Сформирован коридор процентных ставок по операциям банка России и оптимизируется система инструментов денежно-кредитного регулирования.

При принятии Банком России решения об изменении уровня ключевой ставки границы коридора будут автоматически сдвигаться на величину её изменения. Банк России определил ширину процентного коридора в 2 процентных пункта.

Центральный банк РФ выделил следующие основные направления по созданию условий для эффективного применения режима таргетирования инфляции:

- 1) более активное перераспределение средств на межбанковском рынке;
- 2) повышение эффективности управления кредитными организациями, ликвидностью;
- 3) частичное высвобождение рыночного обеспечения, полученного Банком России по основным операциям предоставления ликвидности.

Также важно отметить, что одним из необходимых условий достижения поставленных целей по инфляции в стране путем управления процентными ставками является плавающий валютный курс. Банк России с 10 ноября 2014 года упразднил действовавший механизм курсовой политики, отменив интервал допустимых значений стоимости бивалютной корзины (операционный интервал) и регулярные интервенции на границах указанного интервала и за его пределами. При этом новый подход Банка России к проведению операций на внутреннем рынке не предполагает полного отказа от валютных интервенций, их проведение возможно в случае возникновения угроз для финансовой стабильности. В то же время в рамках нового режима валютного курса операции на внутреннем валютном рынке будут осуществляться преимущественно на возвратной основе.

Основанием для изменения ключевой ставки является прогнозируемое устойчивое и продолжительное отклонение инфляции от цели в среднесрочной перспективе. В 2014 году Центральный банк увеличивал ключевую ставку в шесть раз от изначального уровня 5,5%. С 16 декабря Совет директоров Банка России принял решение повысить ставку до 17,00% годовых с целью ограничения существенно возросших девальвационных и инфляционных рисков.

Вслед за принятием данного решения произошли изменения на валютном курсе. Как указано на сайте finmarket.ru «в ходе торгов на «Московской бирже» доллар вырос до 80,1 рубля, а евро поднимался до 100,74 рублей. Такое низкое падение рубля, связанное с неопределенностью будущих действий ЦБ, получило название «Черный вторник». По официальным данным ЦБ, установленный курс доллара 16 декабря составлял 58,3461 рублей, курс евро — 72,6642 рубля.

В настоящее время значение ключевой ставки составляет 7,25%, решение о понижении на 0,25% было принято Центральным банком 18 февраля. Однако значение процентной ставки остается довольно высоким, особенно если сравнить с европейскими странами. В США текущая процентная ставка составляет 1%. В некоторых странах (Швейцария, Дания и Швеция) введена отрицательная процентная ставка.

Центральный банк, применяя один из важных инструментов денежно-кредитной политики — норму обязательного резервирования, может повлиять на ликвидность банковского сектора. Увеличение нормы обязательных резервов приводит к увеличению значения денежного мультипликатора, что в свою очередь ведет к росту предложения денег. С марта 2013 года ЦБ установил единый норматив обязательных резервов по всем категориям обязательств. В настоящее время норматив по обязательствам перед юридическими лицами-нерезидентами, физическими лицами и норматив по иным обязательствам в рублях составляет 5% (рисунок 2).

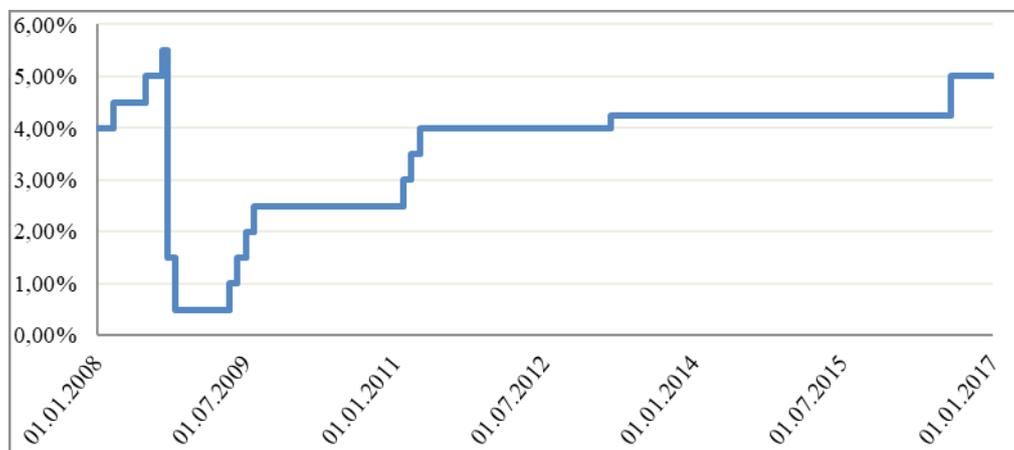


Рис. 2. Динамика норматива обязательных резервов по обязательствам перед физическими лицами в валюте РФ в период с 2008 по 2016 года

Денежная масса является одним из ключевых показателей, который характеризует денежно-кредитную политику ЦБ, в том числе денежный оборот в стране. Показателями состава и структуры денежной массы являются денежные агрегаты — М0, М1, М2. Это виды денежных средств, отличающиеся друг от друга степенью ликвидности: каждый последующий денежный агрегат включает в себя всё менее ликвидные средства. Денежный агрегат М0 включает в себя наличные деньги в обращении вне банковской системы. Денежный агрегат М1 включает в себя М0 и остатки средств в национальной валюте на расчетных, текущих и иных счетах до востребования населения, нефинансовых и финансовых (кроме кредитных)

организаций, являющихся резидентами Российской Федерации. Денежный агрегат М2 включает М1, а также остатки средств в национальной валюте на счетах срочных депозитов и иных привлеченных на срок средств населения, нефинансовых и финансовых (кроме кредитных) организаций, являющихся резидентами Российской Федерации. На рисунке 3 представлен график динамики изменения денежной массы (М2) с 2008 по 2018 года.

Большую часть денежной массы составляют депозиты населения (на 01.01.2018 года значение составило 48,64%), меньшая часть принадлежит наличным деньгам (19,9%), все остальное депозиты нефинансовых и финансовых организаций (кроме кредитных организаций) — 31,46%.

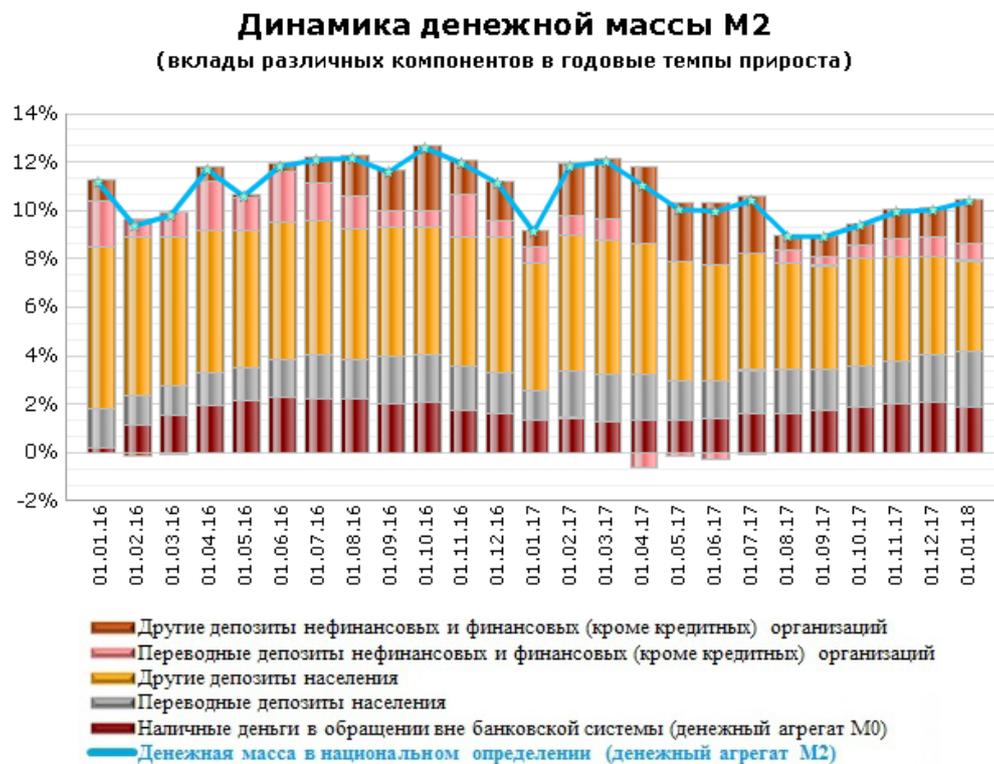


Рис. 3. Динамика денежной массы (М2) с 2008 по 2016 года, трлн руб.

Повышение уровня понимания и доверия в стране к проводимой Центральным банком политики будет способствовать повышению эффективности проводимой в стране денежно-кредитной политики, а также будет способствовать формированию стабильных ожиданий от

носительно процентных ставок межбанковского рынка, уменьшению их волатильности, что является важнейшим элементом трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики.

Литература:

1. <http://www.cbr.ru/statistics/>
2. <https://finance.rambler.ru/currencies/dynamics/>
3. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2017 год и период 2018 и 2019 годов (утв. Банком России) // Вестник Банка России. 2016. — № 108-с. 3–33

Маркетинговые инструменты в процессе совершенствования стратегий развития предприятий

Элистаева Элзьята Батыровна, магистрант
Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону)

Маркетинг является неотъемлемой частью любого предприятия и зачастую играет немаловажную роль в ее деятельности. Грамотно построенные и использованные маркетинговые инструменты могут вывести предприятие на новый уровень, совершенствовать стратегии развития.

Ключевые слова: стратегия развития, маркетинг, маркетинговые инструменты, конкурентоспособность, стратегический потенциал.

Marketing tools in the process of improving enterprise development strategies

E. B. Elistaeva

Marketing is an integral part of any enterprise and often plays an important role in its activities. Properly constructed and used marketing tools can bring the enterprise to a new level, improve development strategies.

Key words: Development strategy, marketing, marketing tools, competitiveness, strategic potential.

Маркетинг является неотъемлемой частью любого предприятия. С точки зрения практического маркетинга наиболее интересна оценка стратегического потенциала, а с точки зрения особенностей функционирования малых предприятий — оценка финансового потенциала. Стратегический потенциал должен адекватно отражать складывающиеся ситуации в макро- и микросреде рынка. При разработке конкурентной стратегии необходимо, с одной стороны, более полно раскрыть и использовать сильные стороны фирмы, её позиции и конъюнктуру в сфере сервиса, а с другой — структуру самой сферы сервиса. [1. с. 14]

Структура стратегического потенциала может содержать следующие элементы: маркетинговый потенциал, жизненный цикл, коммерческий потенциал, объём продаж, доля рынка, стратегический бюджет, транзакционные издержки, информационный потенциал, конкурентный статус организации.

Критериями достижения целей могут быть: обеспечение конкурентоспособности, выживание и развитие предприятия; обеспечение лидерства, роста объёма продаж в выбранных сегментах рынка; расширение коммерции; увеличение скорости оборота и рентабельности капитала; повышение эффективности стратегического бюджета на минимизации транзакционных издержек; удовлетворение спроса и потребности рынка.

Не все организации понимают для чего он нужен, отрицая его существование и применение. Некоторые понимают, что удержаться на плаву в современных условиях без внедрения новых технологий,

Совершенно не обязательно большим предприятиям внедрять отдел маркетинга и проводить крупномасштабные маркетинговые исследования. Практически

любое предприятие может пользоваться не требующих больших затрат методами исследования. Большое количество информации можно собрать, наблюдая за тем, что происходит вокруг.

Руководство предприятия следит также и за внешней обстановкой, знает своих конкурентов, но не стремится выделяться из их числа, так как считают, что состояние дел на сегодняшний день не такое уж и плохое, а наоборот — хорошее.

Услуга носит неосязаемый характер. Существуют маркетинговые стратегии, основанные на материализации неосязаемости услуги. Рекламные материалы, внешний вид заведения, служащих — дает клиенту реальные представления о предлагаемых услугах. [2. с. 160]

1. Фирменное оформление — то, что создает визуальный облик фирмы в глазах потребителя. Предприятие должно позаботиться о том, чтобы его оформление соответствовало виду оказываемых услуг, его специфике.

2. Фирменная одежда играет важную роль в создании имиджа предприятия и должна соответствовать специфике заведения.

3. Внешний вид предприятия. Посетителей не будут привлекать тусклые краски. Внешний вид заведения не поддерживаемый должным образом может нанести существенный вред его репутации. Он должен соответствовать специфике предприятия и быть неотъемлемой частью общего впечатления от предприятия, которое должно сохраниться в памяти клиента.

Кроме фирменного оформления, внешнего вида заведения, формы персонала немаловажную роль играет и сам персонал предприятия. Служащие — самый важный компонент услуги, особенно в данном бизнесе. Служащим должно быть уделено как можно большее внимание, так

как они являются неотъемлемой частью самого бизнеса, и с них наибольший спрос. Персонал должен знать, что от них в большей части зависит, будет процветать ресторан или нет.

Для каждой категории служащих существуют определенные требования, которые руководство предприятия считает возможным довести до сведения персонала.

Основной любой рекламной стратегии является позиционирование. предприятию нужно точно себе представлять нишу, которую занимает заведение, его целевую аудиторию. Высокая конкуренция на рынке не оставляет выбора: выделиться среди других, найти своё уникальное торговое предложение, выбрать аудиторию и привлечь её внимание.

Одна из главных задач при позиционировании — определить, что является ценностью для аудитории, т. е. конкурентным преимуществом заведения.

Сейчас недостаточно продавать просто продукт, нужно создавать и продавать эмоциональный образ, который возникает у человека. [3]

Конечно, построение брэнда — это длительный и недешёвый процесс. Но это инвестиции в будущее: долгосрочные вложения рано или поздно дадут результат, и приносить прибыль брэнд будет долго.

При любой величине рекламного бюджета важным является правильное его использование. Поскольку любое

рекламное действие даёт тот или иной эффект, дело только в цене отклика. Виды рекламы необходимо оценивать только рентабельностью.

При небольшом бюджете логичнее вложить деньги в разработку яркой, запоминающейся идеи, которая увеличит узнаваемость заведения. Такая идея поможет выделиться из общей массы и, в конечном счёте, сэкономить на продвижении. С хорошей идеей проще работать дольше, проще её адаптировать. Кроме того, планируя рекламную кампанию надолго, можно сэкономить до 15% за счёт долгосрочных контрактов. Как полагают рекламисты, старт рекламы заведения нужно делать масштабным и громким. Это позволит сразу привлечь максимальное количество посетителей, соответственно, больше людей перейдёт в круг постоянных посетителей.

С отсутствием чёткой идеи связана и одна из самых частых проблем — перегруженность рекламного блока, постера или ролика информацией. Лаконичность — важнейшая черта эффективной рекламы.

Оценивая эффективность рекламного воздействия, следует отметить, что прямым результатом рекламной кампании является повышение узнаваемости марки, привлечение клиентов и, только как следствие того — рост продаж. Объёмы продаж — это задача маркетинга, и её реализация значительно масштабнее и дороже.

Литература:

1. Израйлева, О. В. Управление финансовым потенциалом предприятий сферы обслуживания. — Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2007. — 182 с.
2. Филип Котлер. Основы маркетинга. — М.: Изд-во «Прогресс», 1991. — 733 с.
3. Елена Панюкова. Реклама ресторана: цена ошибки // журнал «FoodService». — 2004. — № 33.

ГОСУДАРСТВО И ПРАВО

Взятничество как наиболее характерная и распространенная форма коррупции

Сидоренко Роман Юрьевич, магистрант
 Байкальский государственный университет (г. Иркутск)

В широком смысле коррупция — это прямое использование должностным лицом прав, связанных с его должностью, в целях личного обогащения; продажность, подкуп должностных лиц, политических деятелей.

В более узком смысле под коррупцией обычно понимают ситуацию, когда должностное лицо принимает противоправное решение, из которого извлекает выгоду какая-либо другая сторона. Например: чиновник, обязанный по закону принять определенное решение по отношению к некоторому лицу, создает для этого искусственные незаконные преграды, чем понуждает гражданина к даче взятки, что, как правило, и происходит. Эта ситуация соответствует традиционному понятию коррупции, потому что она сопряжена с дачей и принятием взятки.

На протяжении всей истории взятничество традиционно существовало в нескольких формах. Изначально это были взятки, получаемые за правомерные либо неправомерные деяния.

С точки зрения закона коррупция — это злоупотребление служебным положением: дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физиче-

скими лицами, а также совершение указанного деяния от имени или в интересах юридического лица [1].

Взятничество является одной из важнейших проблем современного российского общества, несмотря на то что государство борется с данной проблемой, ужесточает ответственность за коррупционные преступления. Важную роль в борьбе с коррупцией играют конкретные меры, способные уменьшить коррупционные проявления в государстве и обществе. Госслужащих обязали фиксировать все свои заработки в декларациях. При поступлении на работу в госструктуру представляются справки о доходах и расходах, на имущество, находящееся в собственности (а также в собственности детей и супругов). Но это тоже не совсем эффективно, так как чаще всего незаконно полученное имущество за коррупционные преступления регистрируют на третьих лиц: друзей, родственников, знакомых.

В Уголовном кодексе России предусмотрена уголовная ответственность в виде конфискации.

Следует учесть, что взятничество относится к преступлениям, латентность которых чрезвычайно высока. По оценке исследователей (они называют ее самой оптимистичной), в России регистрируется не более 1% взятничества от действительного количества этих преступлений [2].

И даже зарегистрированные преступления не всегда получается расследовать, так как требуется довольно много доказательств, а также недостаточная практика по данным преступлениям и сам по себе состав преступления сложный. При расследовании преступлений нередко стал-

Таблица 1. Показатель преступности в России с 2010 по 2017 гг.

Года	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Всего зарегистрировано преступлений	185911	173628	180240	174990	182873	195239	173898	140134
Зарегистрировано преступлений по ст. 290 УК РФ	7747	6947	6394	6488	5980	6495	5344	3188
Зарегистрировано преступлений по Ст. 291 УК РФ	4265	4005	3182	4811	5913	6816	4640	2272

Таблица 2. Процент, занимаемый отдельными преступлениями от общего показателя преступности с 2010 по 2017 гг.

Года	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Процент, занимаемый коррупцией, от общего показателя преступности								
Ст. 290 УК РФ	4,16	4,00	3,54	3,70	3,27	3,32	3,07	2,27
Ст. 291 УК РФ	2,29	2,30	1,76	2,74	3,23	3,49	2,66	1,62

квиваются и с такой проблемой, как непрофессионализм, неопытность сотрудников в силу их недолгой службы в правоохранительных органах.

Проанализируем показатели дачи и получения взятки за последние 10 лет. Как видно из таблицы, по 2014 год включительно количество зарегистрированных преступлений было практически на одном уровне, как и процент преступлений, связанных с получением и дачей взятки.

Однако начиная с 2016 года показатель зарегистрированных преступлений заметно снижается, а преступлений, касающихся получения взятки (ст. 290 УК РФ) в 2017 году по сравнению с 2015 годом стало в два раза меньше. Следует отметить, что и за дачу взятки (ст. 291 УК РФ) в 2017 году количество зарегистрированных преступлений снизилось в 3 раза по сравнению с 2015 годом, что наглядно видно на диаграмме.

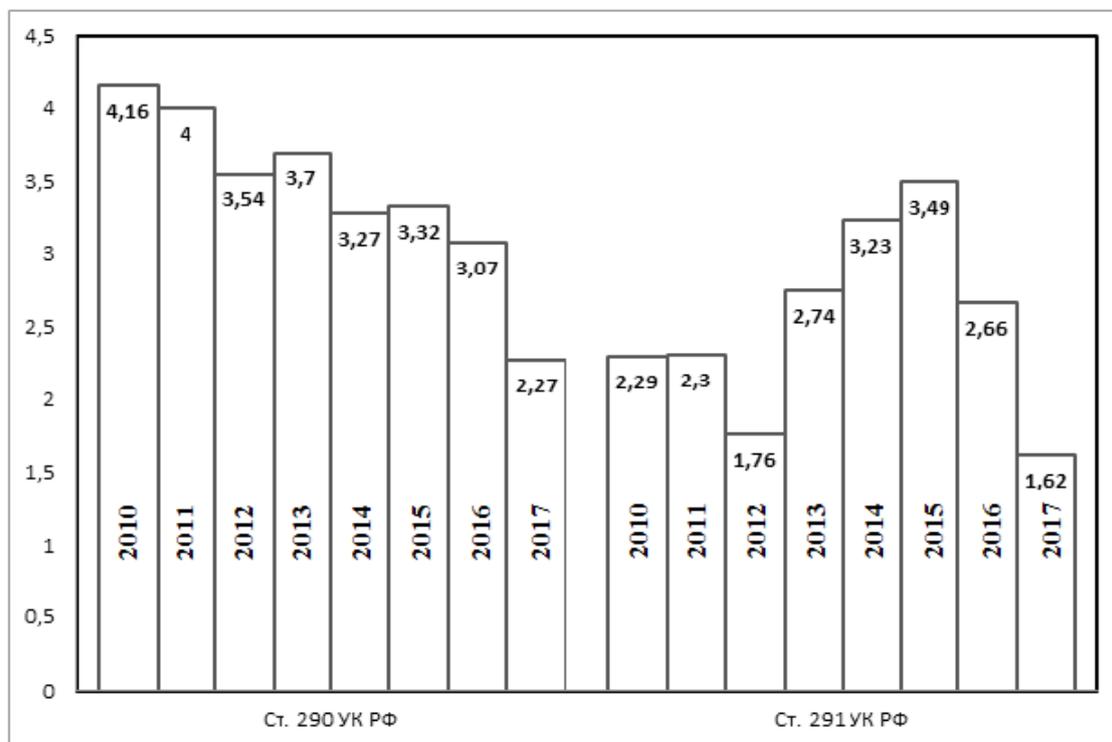


Рис. 1. Диаграмма количественного показателя преступности в России по ст. 290 УК РФ и ст. 291 УК РФ за период с 2010 по 2017 гг.

Лицо, являющееся посредником во взяточничестве, освобождается от уголовной ответственности, если после совершения преступления оно активно способствовало раскрытию и (или) пресечению преступления и добровольно сообщило органу, имеющему право возбудить уголовное дело, о посредничестве во взяточничестве.

Обратимся к термину «провокация взятки».

Защищая интересы добросовестных должностных лиц, которых еще не поглотила повсеместная коррупция, статья 304 УК РФ предусматривает наказание для лиц, провоцирующих взятку — то есть совершающих передачу денежных средств или иных вещей, которые подпа-

дают под определение взятки, должностному лицу без его согласия, или же совершающих это с целью очернить его, создать ложное представление о якобы совершенном им преступлении.

Важно, что должностное лицо не должно соглашаться на получение взятки и должно отказать провокатору в выполнении его просьбы. Деньги могут быть положены на стол, в документы или засунуты в карман должностному лицу, но он не должен совершать каких-либо действий, даже косвенно свидетельствующих о согласии с этим. Провокация взятки влечет ответственность в виде тюремного срока до 5 лет либо штрафа до 200 тыс. рублей.

Как не стать жертвой провокации взятки, если вы должностное лицо? Просто не брать взятки! О любых попытках подкупа следует немедленно сообщить своему руководству, как то предписывают служебные инструкции и закон.

Эффективность борьбы с коррупцией зависит от ответственности каждого из нас за процесс оздоровления об-

щества от коррупции. Коррупционное поведение должно стать невыгодным со всех точек зрения: это не только общественное осуждение и крах карьеры, но и потеря всего, что было нажито «неправедным» путем.

Прежде всего следует начать с самого себя и требовать устранения коррупционных проявлений от окружающих.

Литература:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 25 декабря 2008 г. № 273 — ФЗ «О противодействии коррупции».
2. Лунеев, В. В. Тенденции современной преступности и борьбы с ней в России // Государство и право. — 2004.
3. Портал правовой статистики http://crimestat.ru/regions_chart_total.

Взаимодействие государственной власти и местного самоуправления по вопросам, отнесенным к ведению субъектов

Чунеева Екатерина Геннадьевна, магистрант;
Цельникер Григорий Феликсович, кандидат юридических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет

Деятельность местного самоуправления подразумевает определенное взаимодействие с государственными органами субъектов РФ, выраженное в согласованных действиях между муниципалитетом и органами государственной власти.

Полномочия субъектов, которые определены Конституцией РФ, могут пересекаться между собой, это касается и предмета ведения, в том числе и властных полномочий которыми наделены местное самоуправление и органы субъектов РФ [5].

В рамках граничащих и пересекающихся полномочий на практике при их реализации имеются некоторые нюансы, которые имеют своей целью не допустить дублирования или противоречий:

— в процессе установления полномочий органов местного самоуправления региональному законодателю следует уточнять ту деятельность и отдельные действия, которые предпринимаются органами местного самоуправления в различных областях функционирования;

— в процессе разграничении полномочий, если в рамках муниципального образования имеют место другие муниципальные образования, распределить компетенцию следует так, чтобы каждая категория вопросов предоставления услуг власти в отношении населения могла быть решена наиболее эффективным образом. Безусловно, для этого необходим адекватный подход со стороны участников процесса разделения;

— для исполнения конституционных положений в отношении возможности наделения органов местного самоуправления функциями государственного органа следует уточнить и установить полномочия органов местного самоуправления для каждого из его уровней, определение вида государственных полномочий, которыми необходимо

наделить органы местного самоуправления. При этом наделение органов местного самоуправления полномочиями государственного органа не должно рассматриваться как делегирование полномочий от государственного органа муниципальному. В любом случае, несмотря на относительную самостоятельность органов местного самоуправления, государственные органы должны осуществлять наблюдение за положением дел и реагирование при нарушении законодательства и прав граждан. Органы государственной власти или субъектов РФ должны выполнять функции по обучению муниципальных служащих в части их обучения по осуществлению государственных полномочий, а также по отмене неправомερных решений в отношении процесса реализации государственных полномочий [2];

— в процессе формирования бюджетов в рамках взаимодействия органов местного самоуправления и государственных органов решаются, как правило, два вопроса: пути взаимодействия между указанными органами при закреплении основных источников бюджетов и разделение источников дохода между бюджетами (субъекта и местным).

Тем не менее, для более эффективного функционирования органов местного самоуправления следует максимально разграничить функции органов местного самоуправления и государственных органов, оставляя за муниципалитетом право на самостоятельно осуществление регулирования в пределах своей территории законодательной, исполнительной и судебной власти, с существованием выборного контрольного органа, взаимодействующего с органами государственной власти.

Однако, как показывает опыт, до внесения изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации

местного самоуправления в Российской Федерации» региональные органы законодательной власти способствовали в урегулировании муниципальных общественных отношений [4]. Это могло осуществляться только во взаимодействии с органами местного самоуправления. Таким образом сформировалась довольно внушительная и содержательная подсистема муниципального правового регулирования, куда входили, например, законы о статусе и порядке деятельности представительных органов муниципальных образований, их депутатов, глав муниципальных образований и глав местных администраций, контрольных органов местного самоуправления, о муниципальных налогах и сборах, собственности, бюджетном процессе [7; 8].

Данный опыт является более чем положительным. Это связано с тем, что муниципальные образования имеют довольно неравномерные территории в рамках федерации с позиции населения и площади. В столицах субъектов наблюдается наибольшая концентрация населения, а поэтому муниципальное образование может иметь статус городского округа. Из этого следует, что в таких образованиях большая и достаточная численность муниципальных служащих, которые способны к нормотворческому процессу. Совершенно другая картина наблюдается в других муниципальных образованиях (за исключением Москвы, Санкт-Петербурга). Численность штата может быть настолько мала, что отсутствует требуемый состав специ-

алистов для осуществления нормотворческой деятельности [3]. Например, в небольших сельских поселениях штат состоит из главы и бухгалтера. Тем не менее, на все муниципальные образования, при любой численности штата, распространяется Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [1]. В итоге на двух человек ложится обязанность по разработке нормативной правовой документации [6].

Как представляется, указанная нормотворческая проблема является достаточно существенной в рамках взаимодействия органов по вопросам совместного ведения. Следует вернуться к опыту совместной работы над нормативным обеспечением муниципального образования. Это позволит, с одной стороны, снять ответственность государственных полномочий регионального значения с муниципальных служащих (которые могут не иметь опыт законотворчества в принципе), и в полном объеме регулировать законодательную базу муниципального образования региональными органами государственной власти.

Тем не менее, не стоит забывать о том, что децентрализация управления должна иметь место, так как это является не только способом сохранения целостности государства, но и эффективной защиты общества и граждан, гармоничного развития финансово-экономических связей между различными уровнями власти Российской Федерации.

Литература:

1. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.08.2017) // «Собрание законодательства РФ», 06.10.2003, № 40, ст. 3822.
2. Астахова, В. С. Правовое положение органов местного самоуправления в Российской Федерации // Евразийская адвокатура. — 2015. — № 5 (18). — с. 46–48.
3. Иванчина, М. В. Реализация полномочий органов местного самоуправления в РФ // Наука. Общество. Государство. — 2014. — № 4 (8). — с. 1–7.
4. Ильичев, И. Е. Надзор и контроль в системе безопасности муниципальных органов // Проблемы правоохранительной деятельности. — 2015. — № 1. — с. 15–21.
5. Казанцева, О. Л. Формы взаимодействия органов государственной власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления (система, содержание) // Известия Алтайского государственного университета. — 2013. — с. 106–109.
6. Кузнецов, Д. С. Понятие и признаки муниципального правового акта // Сибирский юридический вестник. — 2014. — № 1 (64). — с. 10–14.
7. Останков, Д. Б. Проблемы взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления в Российской Федерации // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 2–2.
8. Цельникер, Г. Ф., Скитяева Е. И. К вопросу о вариантах реформирования транспортного налога // Сборник докладов студентов, аспирантов и профессорско-преподавательского состава. По результатам X Международной научной конференции «Свобода и право», 22 апреля 2017 г. — Кемерово, 2017. — с. 24–27.

Проблемы применения принудительных мер медицинского характера к лицам, страдающим педофилией

Шапарева Виктория Владимировна, студент
Тюменский государственный университет

В статье анализируются наиболее актуальные проблемы применения принудительных мер медицинского характера к лицам, совершившим преступление против половой неприкосновенности несовершеннолетних, в возрасте от 14 до 18 лет и малолетних, которым не исполнилось 14 лет.

Ключевые слова: несовершеннолетние, малолетние, педофилия, половая неприкосновенность.

Проблема совершения преступлений сексуального характера в отношении несовершеннолетних является достаточно острой. В России совершается огромное число преступлений против половой неприкосновенности несовершеннолетних. Согласно данным судебной статистики, за первое полугодие 2017 г. количество осуждённых за половое сношение и иные действия сексуального характера с лицом, не достигшим 16-летнего возраста (ч. 1 ст. 134 УК РФ), составило 1103 человека. За весь 2016 г. количество осуждённых за аналогичное преступление составило 2234 человека [8].

Термин «педофил» часто употребляется применительно ко всем лицам, которые вступили в половую связь с лицом, не достигшем возраста 18 лет, что является ошибочным.

В соответствии с Десятым пересмотром (МКБ-10) международной классификации болезней (МКБ) педофилия является одним из расстройств сексуального предпочтения, под которым понимается сексуальное предпочтение детей допубертатного или раннего пубертатного возраста.

В соответствии с п. «д» ч. 1 ст. 97 УК РФ, принудительные меры медицинского характера могут назначаться судом лицам, совершившим в возрасте старше 18 лет преступление против половой неприкосновенности несовершеннолетнего, не достигшего возраста 14 лет, и страдающим расстройством сексуального предпочтения (педофилией), не исключающим вменяемости [1]. Таким образом, термин «педофил» имеет законодательное закрепление в тексте УК РФ.

Поэтому использование термина «педофилия» для обозначения любого лица, совершившего преступление на сексуальной почве против несовершеннолетних, является ошибочным. Не все преступники, которые совершили сексуальное насилие над несовершеннолетними, больны педофилией (то есть не все из них являются педофилами).

Чтобы установить, страдает ли лицо педофилией или нет, необходимо провести судебно-психиатрическую экспертизу. В соответствии с п. 3.1 ст. 196 УПК РФ, назначение и производство судебной экспертизы является обязательным, если надо установить психическое состояние подозреваемого, которого обвиняют в совершении в возрасте старше 18 лет преступления против половой не-

прикосновенности несовершеннолетнего, не достигшего возраста 14 лет, для решения вопроса о наличии или отсутствии у него расстройства сексуального предпочтения (педофилии) [3]. Если будет установлено, что лицо страдает расстройством сексуального предпочтения (педофилией), то к нему в случае осуждения к принудительным работам, аресту или лишению свободы будут применены принудительные меры медицинского характера (ПММХ) (ст. 18 УИК РФ [2]).

Лицо, которое было осуждено за совершение в возрасте старше 18 лет преступления против половой неприкосновенности и половой свободы личности и которое отбывает наказание в виде лишения свободы имеет право пройти освидетельствование комиссией врачей-психиатров для решения вопроса о том, имеется ли у него педофилия, и для определения мер медицинского характера. При этом закон обязывает администрацию учреждения, исполняющего наказание, предложить лицу пройти такое освидетельствование не позднее, чем за 6 месяцев до истечения срока отбывания наказания и в других случаях, указанных в п. 4 ст. 18 УИК РФ.

В соответствии с п. 2.1 ст. 102 УК РФ, суд назначает судебно-психиатрическую экспертизу в отношении лица, совершившего преступление против половой неприкосновенности несовершеннолетнего, не достигшего 14-летнего возраста, для решения вопроса о необходимости применения принудительных мер медицинского характера в период УДО, в период отбывания более мягкого вида наказания или после отбытия наказания. Основанием для этого является ходатайство администрации учреждения, исполняющего наказание, которое подаётся не позднее, чем за 6 месяцев до истечения срока исполнения наказания. Ходатайство подаётся независимо от времени последнего освидетельствования и от принятого решения о прекращении применения ПММХ. Суд на основании заключения судебно-психиатрической экспертизы может назначить ПММХ.

Таким образом, к лицам, которые страдают педофилией, как и к другим лицам, страдающим психическими расстройствами, не исключающими вменяемости, назначаются ПММХ. В соответствии с ст. 98 УК РФ, целями применения подобных мер являются излечение лиц или улучшение их психического состояния, а также предупре-

ждение совершения ими новых преступлений. Действительно ли применение подобных мер к педофилам позволяет достичь названные цели?

Согласно исследованию, проведённому В. В. Городнянской, уровень рецидива лиц, совершивших преступления сексуального характера, составляет 28% (общий рецидив). Далее она отмечает, что лишь каждое десятое освобождённое от отбывания наказания лицо совершает новое половое преступление [4]. Что касается рецидива именно среди педофилов, то согласно статистике работников института им. В. П. Сербского, уровень рецидива равен 72% [6]. Другие исследователи также отмечают, что проблема рецидива преступлений среди педофилов остаётся нерешённой, поэтому требуется пересмотреть меры, которые должны применяться для лечения от педофилии.

Было разработано множество методов лечения сексуальных расстройств, в том числе и педофилии. Следует рассмотреть особенности каждого из них, отметить их достоинства и недостатки.

1. Хирургические методы, к которым относится прежде всего хирургическая кастрация. Она применяется в таких государствах, как Дания, Финляндия, Швеция, Чехия и в некоторых штатах США. В соответствии положениями «Закона о стерилизации и кастрации», который действует в Дании, решение о кастрации лица является добровольным, если его половое влечение может вызвать совершение преступных деяний, что представляет опасность для общества, или если подобное влечение причиняет лицу психические страдания [7]. Стоит отметить, что физическую кастрацию всё чаще признают негуманной мерой и применяют её всё реже или не применяют вовсе. Хотя раньше для терапии сексуальных расстройств у особо агрессивных сексуальных преступников применялась даже фронтальная лоботомия. Однако подобный опыт не всегда являлся удачным, так как в некоторых случаях преступники становились лишь агрессивнее.

Думается, что любое хирургическое вмешательство с целью устранить сексуальные расстройства, в том числе педофилию, является недопустимым. Ведь применение подобных мер влечёт необратимые изменения в организме, а также противоречит ст. 7 УК РФ, в соответствии с которой применяемые к преступникам наказания и иные меры уголовно-правового характера не могут иметь своей целью причинение физических страданий или унижение человеческого достоинства.

2. Химиотерапия. Распространённой является процедура химической кастрации, которая состоит в том, что в организм мужчины вводится модифицированная форма тестостерона, которая приводит к блокировке продукции спермы, что в конечном итоге полностью подавляет сексуальное влечение. Зарубежный опыт её применения можно считать довольно успешным. Так, в Германии благодаря введению химической кастрации уровень рецидива среди педофилов значительно уменьшился — с 84 до 3% [5]. Также она применяется в Дании, Швеции, Великобритании, Франции, Канаде и других странах. В России

процедура химической кастрации состоит в введении в организм мужчины медрокиспрогестерона — специального вещества, подавляющего половой гормон.

Вопрос о применении в отношении педофилов химической кастрации на сегодняшний день является дискуссионным. Сторонники её применения основывают свою позицию на следующем:

- химическая кастрация более гуманна, нежели хирургические методы;

- данная процедура позволяет достичь желаемого результата достаточно быстро;

- в отличие от физической, химическая кастрация не вызывает в организме необратимых последствий, и в случае, если страдающее педофилией лицо смогло научиться контролировать своё половое влечение, то курс химиотерапии можно прекратить;

- если была допущена судебная ошибка, то возможно исправление последствий, вызванных применением химической кастрации;

Противники химической кастрации выдвигают следующие аргументы:

- химическая кастрация предполагает не одну, а целый ряд инъекций. Если лицо всё равно продолжает страдать расстройством сексуального предпочтения (педофилией), то ему придётся делать множество инъекций (до 4 раз в год). Учитывая количество таких лиц, суммарная стоимость таких инъекций для государства окажется весьма дорогой;

- как известно, педофилией могут страдать и лица женского пола. Получается, к ним подобный метод лечения применяться не может;

- химическая кастрация всё равно является негуманной мерой, так как оказывается негативное воздействие на организм человека;

- применение химической кастрации может вызвать побочные эффекты (сгущение крови, размягчение костных тканей, рост риска инфаркта или инсульта).

3. Психотерапия. Под ней понимают воздействие на психику, которое при лечении от педофилии направлено на восстановление самооценки, улучшение отношений с другими лицами. Очень важно, чтобы больное лицо осознало своё состояние и поняло явления, которые стали причиной такого состояния. В настоящее время активно разрабатываются и внедряются такие методы психотерапии, которые устраняют сексуальное расстройство и восстанавливают нормальное гетеросексуальное поведение, устраняя вместе с этим чувство неполноценности больного и преодолевая его трудности в нормальном общении с людьми.

Квалифицированная психиатрическая и психологическая помощь должна оказываться лицам, которые:

- 1) признаны вменяемыми и которым назначены ПММХ независимо от их формы;

- 2) признаны ограниченно вменяемыми. В соответствии с ч. 1 ст. 104 УК РФ, они могут проходить амбулаторное психиатрическое лечение только по месту отбы-

вания наказания (если они отбывают наказание в виде лишения свободы), а при осуждении к иным видам наказания — в учреждениях органов здравоохранения, которые оказывают амбулаторную помощь. В таком случае сроки психотерапии ограничены сроками назначенного наказания, после его завершения пациент сам принимает решение о продолжении лечения.

Что касается лиц, которые признаны полностью вменяемыми, то для них помощь оказывается в общем порядке, так как понятие «психическое расстройство, не исключающее вменяемости», на них не распространяется.

Вопрос о том, какие именно методы лечения необходимо применять для излечения лиц от педофилии, остаётся открытым. С одной стороны, необходимо защитить детей от сексуальных посягательств со стороны лиц, страдающих педофилией. С другой, уголовное законодательство

не должно быть излишне репрессивным. Для того, чтобы применение принудительных мер медицинского характера в отношении лиц, страдающих педофилией, было более эффективным, следует проводить их лечение, основанное на эффективных методиках психотерапии. В этом должен помочь зарубежный опыт. Причём подобное лечение должно осуществляться не только во время отбывания осужденным наказания, но и после, а также при назначении УДО. Также необходимо наладить взаимодействие между администрацией исправительного учреждения, в котором лицо, страдающее педофилией, отбывало наказание в виде лишения свободы (или уголовно-исполнительной инспекцией при ограничении свободы) и с медицинскими организациями, в которых оказывается помощь таким лицам. Это повысит эффективность лечения лиц, страдающих педофилией, и уменьшит уровень рецидива среди таких лиц.

Литература:

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (в послед. ред.) // СЗРФ. — 1996. — № 25. — Ст. 2954.
2. Уголовно-исполнительный кодекс Российской Федерации от 8 января 1997 г. № 1-ФЗ (в послед. ред.) // СЗРФ. — 1997. — № 2. — Ст. 198.
3. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2001 № 174-ФЗ (в послед. ред.) // СЗРФ. — 2001. — № 52. — Ст. 4921.
4. Городнянская, В.В. Постпенитенциарный рецидив. — М.: Юрлитинформ, 2012. — 168 с.
5. Кулишова, А.С. Химическая кастрация как мера уголовного наказания за преступления против половой неприкосновенности несовершеннолетних (на примере стран Европы и США) // Теория и практика общественного развития. — 2011. — № 5. — с. 225–227.
6. Ткаченко, А.А., Введенский Г.Е. Аномальное сексуальное поведение. — СПб.: Юрид. центр Пресс, 2003. — 657 с.
7. Bekendtgørelse om sterilisation og kastration // Retsinformation. dk. URL: <https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=164602> (дата обращения: 7.02.2018).
8. Данные судебной статистики // Сайт Судебного департамента при Верховном Суде РФ. URL: <http://www.cdep.ru/index.php?id=79> (дата обращения: 7.02.2018).

Ораторское искусство в адвокатской деятельности

Шевченко Тарас Павлович, магистрант
Саратовская государственная юридическая академия

«Красноречие дороже денег, славы и власти, ибо последние очень часто достигаются благодаря красноречию».

Древнегреческий мудрец Скилеф

Ораторское искусство — искусство публичного выступления, в котором наилучшим образом сочетаются, как риторика, так и приемы актерского мастерства и психологические техники, способствующие убеждению.

Публичная судебная речь — один из древнейших видов ораторского искусства, и каждая эпоха, каждая страна вносят в него свои изменения, мотивированные потреб-

ностями общественной жизни. Владение ораторским искусством играет огромную роль, в профессиональной деятельности адвоката-защитника. Это один из наиболее сложных, ответственных и даже творческих моментов его участия в уголовном судопроизводстве. Мастерство юристов-ораторов иногда называют красноречием. Красноречие — это умение говорить красиво и убедительно, это

сочетание таланта оратора и конкретных знаний и умений, усвоенных в процессе изучения.

Россия знает множество выдающихся ораторов-адвокатов. Речи ведущих адвокатов 19 века Ф.Н. Плевако, С.А. Андриевского, А.И. Урусова, В.Д. Спасовича, В.Д. Стасова, Н.П. Карабчевского вошли в классику судебных речей международного уровня.

Что касается ораторского искусства, как неотъемлемой составляющей профессиональной квалификации адвоката, то оно понимается как совокупность знаний и умений оратора по подготовке и произнесению публичной речи. Это умение подбирать подходящий материал, искусство построения речи и публичного говорения с целью оказать определённое влияние на слушателей; это умение опровергать и доказывать, умение убеждать; это речевой профессионализм. Речь, составленная по всем правилам ораторского искусства на базе знаний закона, приемов судебного красноречия, по строгим законам логики и здравого смысла, плюс произнесенная талантливым оратором, может изменить ход судебного процесса в сторону, нужную адвокату. Вот в чем значение ораторского искусства.

Обязательной частью уголовного судопроизводства являются судебные прения, где государственный обвинитель и защитник излагают свои выводы, то есть произносят судебные речи. Судебная речь — это публичное выступление, оно представляет собой изложение выводов оратора по данному делу и его возражения оппоненту. Она направлена на определенную аудиторию слушателей: суд, иных участников процесса и всех присутствующих в зале судебного заседания, а также, создаёт внутреннее мнение судей, помогает им глубже разобраться во всех обстоятельствах дела, полно и непредвзято исследовать эти обстоятельства, установить истину по делу и принять единственно правильное решение. Кроме всего прочего судебная речь повышает уровень правовой грамотности граждан и формирует уважительное отношение к закону.

Судебные прения это завершение деятельности адвоката в суде. Подводится итог всей трудоёмкой работе в ходе следствия, как предварительного, так и судебного. Основная цель адвоката в прениях состоит в том, чтобы способствовать формированию у суда убеждения, благоприятного для подзащитного. Поэтому судебная речь должна отвечать всем правилам, выработанным адвокатской практикой, нуждается в тщательной и углубленной подготовке, хотя в каждом отдельном случае содержание защитительной речи определяется конкретными задачами, обусловленными содержанием дела. Судебные прения сторон нередко носят полемический, острый характер. Поэтому, выступая в суде, адвокат должен достаточно убедительно аргументировать своё изложение фактов, опровергать неверные, с его точки зрения, соображения и доводы противной стороны, указывать на несостоятельность приводимых аргументов. Выделяя принципы судебной речи к ним следует отнести тактичность, нравственную безупречность, законность, объективность и умеренность.

В речи нельзя кричать или говорить шёпотом, отводить глаза, не надо увлекаться жестикоманией. Это производит неприятное впечатление. Обязательно нужно использовать все приёмы речи: темп, паузы, чтобы убедить судей или присяжных в своей правоте. Чтобы вас не прерывали фразами типа: «Говорите по существу». Не уводите речь в сторону, наполняя её излишними подробностями.

Копировать чьи-то приёмы произнесения речи не стоит пытаться ни в коем случае. Необходимо искать свой стиль.

Из всего этого следует, то, что для адвоката крайне некорректно и нежелательно использовать судебные прения для оскорбительных выпадов в чей-либо адрес. Обычно адвокатскую речь принято делить на вступительную, главную и заключительную части. Существенная доля успеха адвоката определяется удачным вступлением, оно знакомит с темой выступления и подготавливает к восприятию фактов, порой сухих и малоинтересных, но, в большинстве случаев, очень важных. И восприятие данных фактов судом будет зависеть именно от вступления.

Обязательно, после оценки всех собранных доказательств, защитник в своей речи должен обратиться к личности своего клиента. Это должны быть данные о его прошлой и настоящей жизни, семье, психологии, здоровье и т. д. Адвокат должен проникнуть в психологию подзащитного, раскрыть его внутренний мир, переживания, объяснить поступки. Речь прозвучит убедительно и ярко, когда защитник будет искренним в желании помочь своему клиенту. Обязательно нужно найти и показать суду положительные стороны данного человека, и, если он признаётся в совершении деяния, заострить внимание суда на его раскаянии.

Адвокат, участвуя в процессе исследования, не ставит перед собой задачу полного выявления истины. Достаточно доказать правдивость отдельных обстоятельств, тех которые или снимают ответственность или смягчают её.

В любом деле, даже весьма непривлекательном для защиты, обязательно нужно найти объяснения, почему было совершено то, что ставится в вину вашему клиенту. Объяснение должно быть понятным, простым и, самое главное убедительным, в противном случае может получиться эффект, совершенно противоположный желаемому.

Формулируя окончательные выводы, адвокат обращается к суду с просьбой оправдать подсудимого или же назначить ему условное наказание. Это зависит от позиции защитника по конкретному делу. В заключении необходимо еще раз, буквально в двух словах подчеркнуть самые существенные, ключевые моменты речи. Последние фразы должны быть яркими и выразительными, тогда они обязательно запомнятся и произведут должное впечатление.

Не рекомендуется выражать личное мнение, прежде всего надо ссылаться на заключение экспертов, оценку вещественных доказательств, показания свидетелей. Необходимо обращать внимание на сильные позиции защиты, а не делать акцент на слабости обвинения. Слабые стороны необходимо упомянуть очень осторожно не вдаваясь в подробности.

Свою позицию по делу, в течение выступления, следует не забывать повторять много раз, но в различных позициях. Речь должна быть ясной и последовательной. Адвокату необходимо определённое время, для изложения всего того, что он, тщательно взвесив, хотел сказать. Об

этом не стоит забывать и обязательно соблюдать это условие.

Миссия адвоката считается выполненной, если ему удаётся раскрыть слабые стороны обвинения, и полностью или частично показать его безосновательность.

Литература:

1. Введенская, Л. А. Риторика и культура речи: учеб. пособие для студентов вузов: рек. М-вом образования РФ / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. — Изд. 10-е, доп. и перераб. — Ростов на/Д: Феникс, 2009.
2. Риторика: курс лекций для студентов РГУФК: Рек. Эксперт.-метод. советом РГУФК / сост. М. С. Волкова; Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. — М., 2007. 10. Риторика: учеб. / под ред. Н. А. Ипполитовой. — М.: Проспект, 2009.
3. Риторика: учеб. пособие / авт.-сост. И. Н. Кузнецов. — 5-е изд. — М.: Дашков и К, 2010.
4. Адвокат: навыки профессионального мастерства / Под ред. Л. А. Воскобитовой, И. Н. Лукьяновой, Л. П. Михайловой. — М.: Волтерс Клувер, 2008.
5. Адвокатская деятельность и адвокатура в России. Часть 1, 2. Общая и особенная часть: учебник / под ред. И. Л. Трунова. — М.: Эксмо, 2007.
6. [http:// scienceoflaw. ru/](http://scienceoflaw.ru/) «Science OfLaw. ru: Библиотека по истории юриспруденции».
7. Александров, Д. Н. Логика. Риторика. Этика: учеб. пособие / Александров Дмитрий Николаевич. — 3-е изд. — М.: Флинта: Наука, 2004.
8. Адвокатура в России. Учебное пособие для Вузов (изд. 2) / Власов А. А., Исаенкова О. В.. Изд-во: ЮНИТИ, 2009 г.
9. Яртых, И. С. Будущее российской адвокатуры: монография. — М.: Юридический институт ММИТа, 2010.

Реформирование института государственной кадастровой оценки объектов недвижимости

Шелест Елена Дмитриевна, магистрант
Российский государственный университет правосудия (г. Москва)

3 июля 2016 года был принят Федеральный закон «О государственной кадастровой оценке» N 237-ФЗ. урегулирование вопросов, возникающих процессе создания новых учреждений.

Указанный Федеральный закон является результатом более, чем двухлетней разработки: попытки проведения подобной реформы предпринимались в 2015 году, когда в Государственную Думу ФС РФ была внесена первая редакция Федерального Закона «О государственной кадастровой оценке». Законопроект первой редакции предполагал создание бюджетных учреждений, которые будут уполномочены проводить государственную кадастровую оценку, однако, данное нововведение было указано без какой-либо конкретики, позволявшей, в случае принятия Федерального Закона данной редакции, действительно создать такие учреждения. Кроме того, проект Федерального Закона в редакции 2015 года предлагал изменить состав Комиссий по рассмотрению споров о результатах определения кадастровой стоимости, исключив из него представителей предпринимательского сообщества [5]. В таком виде Законопроект встретил негативные отзывы, как со

стороны государственных органов, так и от профессиональных оценщиков, связи с чем был отклонен.

В новой редакции Федеральный Закон был полностью переработан, сохранив лишь идею передачи полномочий по проведению государственной кадастровой оценки бюджетным организациям.

В настоящей статье будут рассмотрены основные нововведения, которые появятся в процедуре государственной кадастровой оценки с 01.01.2019 г. (с этой даты вышеназванный федеральный закон подлежит применению).

Процесс государственной кадастровой оценки по новым правилам

Согласно п. 2 ст. 6 Федерального Закона № 237-ФЗ от 03.07.2016 г., полномочия по проведению государственной кадастровой оценке передаются бюджетным учреждениям, которые создаются субъектами Российской Федерации [1].

Согласно данным официального сайта Росреестра, к началу 2018 года такие бюджетные учреждения уже соз-

даны в большинстве регионов России, несмотря на то, что ст. 19 Федерального закона от 3 июля 2016 г. № 360-ФЗ предоставила субъектам Российской Федерации право на так называемую «заморозку» кадастровой стоимости с возможностью создания бюджетных учреждений, уполномоченных проводить государственную кадастровую оценку, к 2020 году [2].

Создание бюджетных учреждений, согласно пояснительной записке к Проекту Федерального закона, позволит проводить более объективную государственную кадастровую оценку, поскольку данные учреждения будут обладать одинаково высоким уровнем профессионализма в этой области. Кроме того, государство станет единственно ответственным за результат проведения государственной кадастровой оценки [6].

Предпринимательское сообщество, а также оценочные организации ставят под сомнение реальную эффективность нового института государственной кадастровой оценки, поскольку фактически, всем полномочия по государственной кадастровой оценке передаются стороне, заинтересованной в повышенной кадастровой стоимости — государству.

Кроме того, полномочия учреждаемых бюджетных учреждений войдут:

- 1) предоставление разъяснений по процессу определения кадастровой стоимости отдельных объектов недвижимости;
- 2) рассмотрение обращений заинтересованных лиц об исправлении методологических, а также фактических ошибок, допущенных при определении кадастровой стоимости;
- 3) осуществление мониторинга рынка недвижимости в отдельных субъектах Российской Федерации;
- 4) ведение единой базы сведений об объектах недвижимости.

Вышеназванные полномочия бюджетных учреждений, согласно пояснительной записке к проекту Федерального Закона в актуальной редакции, позволят также обеспечить высокую прозрачность при проведении государственной кадастровой оценке [6].

Несомненно, положительным нововведением является ст. 6 ФЗ от 03.07.2016 N 237-ФЗ, согласно которой, при проведении государственной кадастровой оценки, проводится сбор и обработка информации об оспариваемой ранее кадастровой стоимости объектов недвижимости [1]. Как именно будет проводиться такой учёт — Федеральный Закон не устанавливает, однако, вероятно, данный вопрос подлежит урегулированию в методических указаниях по проведению государственной кадастровой оценки.

Для фактического создания бюджетных учреждений, которые будут проводить государственную кадастровую оценку, необходимо разрешить большое число вопросов, связанных со структурой таких учреждений, полномочиями сотрудников и пр. Работа в этой области также активно проводится в настоящий момент путем создания

внутренних административных регламентов, подготовки Приказов Минэкономразвития.

Еще одним важным нововведением, которое, по нашему мнению, позволит сделать процедуру государственной кадастровой оценки более открытой, является, предусмотренное п. 7 ст. 14 рассматриваемого Федерального Закона, обязательное составление и опубликование промежуточных отчетов о государственной кадастровой оценке, на которое, заинтересованные лица могут своевременно подать замечания [1].

Выводы о фактической эффективности данного нововведения возможно будет сделать не раньше окончания первой государственной кадастровой оценки по новым правилам, однако, сама идея введения возможности оспаривания кадастровой стоимости на стадии проведения оценки представляется вполне перспективной.

В продолжение развития законодательства о государственной кадастровой оценке, в настоящее время в Государственную Думу ФС РФ внесен законопроект о внесении изменений в ФЗ от 03.07.2016 N 237-ФЗ в части учета рентабельности объекта недвижимости для целей налогообложения, используемого для предпринимательской деятельности [7].

Нововведения в процедуре оспаривания кадастровой стоимости объектов недвижимости

Положения Федерального закона «О государственной кадастровой оценке» N 237-ФЗ, помимо реформирования процедуры государственной кадастровой оценки, предлагают некоторые нововведения, связанные с процедурой оспаривания кадастровой стоимости объектов недвижимости.

Как было указано ранее, до принятия Федерального Закона в действующей редакции, начиная с 2015 года, в Государственную Думу ФС РФ неоднократно вносились подобные законопроекты. Вопрос недостаточной эффективности действующих процедур оспаривания кадастровой стоимости предлагалось решить по-разному: изменить состав Комиссий по оспариванию кадастровой стоимости, предоставить субъектам Российской Федерации самостоятельно определять необходимость учреждения Комиссий.

Вышеописанные идеи, вероятно, связаны с тем, что в разных субъектах Российской Федерации количество обращений с заявлениями об оспаривании кадастровой стоимости сильно различается в связи с фактическим количеством объектов недвижимости в регионе, а также финансовыми возможностями населения.

В итоговой редакции Федерального Закона, возможность оспаривания кадастровой стоимости не только не упразднена, но и существенно расширен перечень способов ее оспаривания.

Одним из наиболее ярких нововведений является возможность оспаривания методологической ошибки при определении кадастровой стоимости. Определить наличие

такой ошибки сможет только профессиональный оценщик, однако, учитывая, что для ее оспаривания законодательством не предусмотрена обязательная подготовка отчета об оценке рыночной стоимости, такое оспаривание кадастровой стоимости будет сопровождаться значительно меньшими затратами для заинтересованных лиц.

Кроме того, рассматриваемый Федеральный Закон предполагает возможность оспаривания систематической ошибки при определении кадастровой стоимости объектов недвижимости (п. 2 ст. 21 ФЗ № 237), что, несомненно, позволит сократить затраты на оспаривание кадастровой стоимости объектов, близких по характеристикам (например земельные участки в дачных объединениях, квартиры в многоквартирных домах и пр.).

Существенные изменения претерпел и процесс установления кадастровой стоимости объектов недвижимости равной рыночной.

В первую очередь, Федеральный Закон позволяет не только физическим, но и юридическим лицам обращаться в суд с целью оспаривания кадастровой стоимости, минуя комиссию по рассмотрению споров о результатах определения кадастровой стоимости, что позволит разгрузить Комиссии, а также ускорит процесс оспаривания кадастровой стоимости. С другой стороны, данное нововведение, вероятно, существенно увеличит количество обращений в суд с целью установления кадастровой стоимости равной рыночной. С учетом того, что разрешение вопроса об установлении кадастровой стоимости требует специальных познаний, роль суда при рассмотрении данной ка-

тегории дел, скорее, номинальная, в результате чего, судьи перегружены делами, не требующими от суда интеллектуальной деятельности, но занимающие много времени.

Таким образом, институт государственной кадастровой оценки существенно изменен Федеральным Законом от 03.07.2016 N 237-ФЗ. Учреждение специализированных бюджетных учреждений, уполномоченных проводить государственную кадастровую оценку, нацелено, прежде всего, на установление кадастровой стоимости в объективном рыночном диапазоне посредством возможности контролировать процесс, как со стороны государства, так и со стороны заинтересованных лиц, поскольку контроль за проведением государственной кадастровой оценки со стороны государства будет строже, а граждане получат больше возможностей на оспаривание кадастровой стоимости.

Положения вышеназванного Федерального закона, касающиеся процедуры государственной кадастровой оценки, вступают в силу 01.01.2019 г. в связи с тем, что полное реформирование системы государственной кадастровой оценки требует значительного времени на создание новых учреждений, на проработку локальных нормативных актов, административных регламентов, а также на законодательное регулирование вопросов, возникающих в процессе их создания.

Представляется наиболее разумным развивать институт досудебного оспаривания кадастровой стоимости с целью снижения количества судебных споров о результатах определения кадастровой стоимости.

Литература:

1. Федеральный закон от 03.07.2016 года «О государственной кадастровой оценке» N 237-ФЗ // СПС КонсультантПлюс
2. Федеральный закон от 03.07.2016 N 360-ФЗ (ред. от 30.11.2016) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс
3. Федеральный закон от 29.07.1998 N 135-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс
4. Проект Федерального закона «О государственной кадастровой оценке» (подготовлен Минэкономразвития России) (ред. до внесения в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 08.02.2016) // СПС КонсультантПлюс
5. Проект Федерального закона N 914532-6 «О государственной кадастровой оценке в Российской Федерации» (ред., внесенная в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 27.10.2015) // СПС КонсультантПлюс
6. Пояснительная записка «К проекту Федерального закона «О государственной кадастровой оценке» // <http://asozd.duma.gov.ru>
7. Проект Федерального закона N 317530-7 «О внесении изменения в Федеральный закон «О государственной кадастровой оценке» в части учета рентабельности объекта недвижимости для целей налогообложения, используемого для предпринимательской деятельности» (ред., внесенная в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 17.11.2017) // СПС КонсультантПлюс

Нарушение интеллектуальной собственности

Яцук Константин Васильевич, доцент;
Смирнов Денис Константинович, курсант;
Мухамбетов Жанибек Сабинович, курсант

Военный учебно-научный центр ВВС «Военно-воздушная академия», филиал в г. Челябинске

В данной статье мы рассмотрим, что такое интернет-пиратство, его виды и формы. Также расскажем об истории интернет-пиратства и почему до сегодняшнего дня оно растет с каждым годом, почему его невозможно запретить.

Развитие интеллектуальной собственности было на протяжении существования человека. В начале это хорошо проявилось с возникновением книгопечатания, люди не просто издавали книги, но и обретали некоторые права по отношению к своему продукту. Тогда и появилось авторское право, которое было узаконено на Бернской конвенции в 1886 г. Далее началось формирование образа патентного права, это было связано с появлением фабричных предприятий. Работники данных предприятий начали вводить в производство различные технологии, следовательно, каждый был заинтересован в том, чтобы его труд был исключительным. Следующий этап 20–21 век, в это время научные открытия совершались достаточно часто, а интернет повлек появление научного общества, а также развил правовое регулирование в сфере интеллектуальной собственности и это повлекло появлению организаций по защите прав интеллектуальной собственности. [1]

Согласно интернет-энциклопедии Википедии, «компьютерное пиратство — жаргонный термин, означающий копирование и распространение произведений, защищенных копирайтом, без ведома правообладателя.

В России положение защиты авторских прав в ужасном положении. Права ежесекундно нарушаются, люди скачивают различные фильмы и т. п. На данный момент, Россия находится в числе лидеров по производству и потреблению пиратской продукции и входит в 10 стран по использованию пиратской продукции. Причины этого нужно искать в уникальной специфике быта россиян. Это есть нарушение законодательства по отношению к продуктам интеллектуального труда. Применительно к копирайту термин «пираты» используется с середины XIX века для обозначения издателей, перепечатающих книги (ноты, гравюры и т. д.) без выплаты авторских отчислений — роялти. Иными словами, оно указывает на контрафакцию, совершаемую в промышленных масштабах. [3]

На данный момент пиратство распространяется на книги, музыку, фильмы, компьютерные игры и тп. И все это в свободном доступе в интернете, процесс получения ресурсов данным путем это интернет-пиратство. Пиратство касается многих областей, таких как подделка фирменной одежды, аксессуаров и т. п. Исходя из списка ниже невозможно отметить то, что все категории тесно связаны между собой. [4]

Выделяют 5 форм компьютерного пиратства:

1. Копирование файлов из интернета;
2. Установка и использование пиратских программ на компьютеры;
3. Изготовление подделок;
4. Нарушение лицензии;
5. Интернет-пиратство.

Рассмотрим основные причины появления и распространения этого явления:

1. Экономический. Это одна из основных причин, он включает в себя экономическую неспособность оплачивать покупки продукта и такое положение у основной массы населения, поэтому это приводит к пиратским методам получения информации. [5]

2. Государственная цензура и ограниченность рынка в плане продажи медиа-продуктов.

3. Психологический. Данная причина проявила себя с самого начала формирования интернет пиратства и обусловлено это особенностями русского характера, обычаями и традициями и т. д. Причины появления компьютерного пиратства свойственны не только России, появлением ограничения на использование чужой интеллектуальной собственности привело к изменению психологических понятий: И вместо того, чтобы культивировать среди чувство уважения к работе своих товарищей, преждевременный расчет на защиту от копирования привел к подсознательному представлению, будто, взломав программный пакет, человек «заработал» право им пользоваться. Видя ограничения в технических навыках, многие вскоре почувствовали, что свободны делать все, что им захотелось и ничего им не будет. [5]

4. Технический. Достаточная техническая оснащенность повлияли на развитие интернет пиратства.

5. Историко-культурологическая причина связана с политикой государства. В качестве примера можно привести СССР: в то время когда нарушали авторские права на издание книг иностранных писателей и это с учетом того, что стоимость книг была достаточно низкой, да и у основной массы было отличное финансовое положение, то есть они могли позволить себе покупку какого-либо продукта. Государственные субсидии были основными факторами развития Советского книгоиздательства. С переходом из Советского Союза в Российскую Федерацию произошло изменение в политике государства, в том числе

сократилось субсидирование издательского дела. Данный бизнес стал частным и это повлекло за собой повышение цен на книжные издания. [1]

А также, данная ситуация прослеживалась в сфере звукозаписи. В Советское время была одна государственная звукозаписывающая фирма «Мелодия» и после распада СССР она отошла в руки частной фирмы. Культурологической особенностью в нашей стране является то, что российские артисты основной свой доход получают от сборов с концертов, а не с продажи дисков, в отличии от других стран. [3]

В том числе, как и в сфере звукозаписи, в киноиндустрии наблюдалась подобное явление. Все киностудии принадлежали государству, следовательно, и бюджет фильма оплачивался государством, а после перехода производство фильмов точно также отошло в частные руки.

А что касается программного обеспечения? Когда в Америке программное обеспечение как интеллектуальная собственность защищалось в 1970 г., в нашей стране об этом никто не думал. Единственный случай упоминания об авторских правах был связан с именем Алексея Пажитнова — создателя всемирно-известной игры «Тетрис», права которой были выкуплены у автора одной американской компанией. [1]

Из всего перечисленного можно сделать вывод, что какова бы не была обстановка в области авторских прав в России. За время существования СССР выросло 6–7 поколений, которые не представляют себе, что такое авторские права, которые до сих пор считают, что копии интеллектуальной собственности — это легкий, дешевый и доступный способ получения информации.

Правовое обеспечение интеллектуальной собственности с начала 1990-х годов было на низком уровне и это поспособствовало развитию первым российским пиратским компаниям. С массовым распространением аудио- и видеомagneтофонов появилось много частных предприятий, которые нарушали авторские права. Во времена перехода это тоже существовало, но оно не имело такого масштабного характера в силу технической ограниченности самих нарушителей.

Лицензионных аудио- и видеокассет практически не было. Это тоже внесло свой вклад на понятие «авторское право». И крупных производителей, так же, как и издателей, не было. Следовательно, программы для компьютеров были пиратскими.

С появлением интернета ситуация не менялась и это плохо отразилось для книгоиздателей и т. п., во всем была вина появления электронных книг. Издатели потерпели большие убытки и доход был только по изданиям учебной и научной литературе. С появлением первых электронных библиотек ситуация с издательским бизнесом еще более усугубилась, примером послужит библиотека Максима Мошкова, которая была открыта в 1994 году. [2] Создатель получал письменные разрешения на размещение произведений в своей библиотеке от различных авторов, но большинство текстов поступала от читателей, которые

набирали или сканировали понравившиеся произведения и отправляли их, не спрашивая на это разрешения у авторов. И когда фонды библиотеки возросли, многие люди не покупали, а скачивали книги. Сам Максим Мошков пишет, что в недалеком прошлом автор мог контролировать распространение своих книг, а сейчас он не в состоянии этого делать, отслеживать движение битов по проводам. Закон должен фиксировать некоторое состояние общественных взглядов на нормальность совершаемых действий. К примеру, давая почитать книгу знакомым или соседям, с точки зрения автора, наносим удар по его карману. Однако подобное действие современное общество не воспринимает как «беззаконное» или «аморальное». Невозможно не согласиться с автором этих слов не признавая тот факт, что «авторское право в той форме, в которой оно существует, никоим образом не соответствует реалиям Интернет. Оно работает только для материальных предметов — бумажных книг, грампластинок, компакт-дисков и т. п. Старые законы не могут охватить нынешние объекты права в интернет, и их нужно изменить. А именно нужно создать полностью новые концепции авторского права специально для интернета. [6]

Несмотря на предъявляемые иски о нарушении авторских прав, библиотека Максима Мошкова является самой известной в интернете и имеет несколько премий, в том числе Национальную интернет-премию и гранта на 1 миллион рублей от Роспечати на развитие библиотеки. По словам Мошкова, библиотека была собрана для читателя, следовательно из этого вытекают ее достоинства. Мошков получает тысячи благодарственных писем каждый день. За время деятельности он познакомился с большим количеством авторов, произведения которых на данный момент размещены в библиотеке. Следовательно, вклад подобных интернет-библиотек неоспорим, они способствуют повышению уровня информационного обмена, интерактивному общению между читателями и писателями, между авторами и издателями. Следовательно, это порождает взаимовыгодные контакты и предоставляет собой возможность бесплатной рекламы новых книг в интернете, что дает популярность писателям, а также способствует увеличению читателей. [6]

С появлением аудио формата mp³ люди начали бесплатно скачивать музыку из интернета. На тот момент в России Интернет еще только начал распространяться, в то время как в Америке уже был первый прообраз пиринговой сети Napster. Она позволяет легко обмениваться треками с другими людьми, что привело к обвинениям в нарушении авторских прав в музыкальной индустрии. Несмотря на то, что сервис был остановлен по решению суда, он привел к появлению других подобных сетей. Большинству пользователей нравилось скачивать песни без оплаты за весь альбом. Также у народа появилась возможность скачать музыку, которую они приобрели до популяризации компакт-дисков. [5]

Также есть еще один тип файлообменной сети — торрент-трекеры. Они дают возможность обмениваться фай-

лами, содержащими не только музыку, но и фильмы и т. д. На данный момент Торрентов достаточно много, и они очень популярны.

Невозможно отметить то, что на данный момент пиратские продукты начинают появляться с начала XXI по всему миру, в Аргентине, Болгарии, Германии, США, Финляндии, России, всего около 33 стран которые входят в пиратский интернационал. Это объединение пиратских партий организует форумы и координирует деятельность пиратских партий всего мира, направленную на реформирование устаревшей системы авторских прав и патентов. Масштабность распространения пиратских партий говорит о глобальности назревшей проблемы и о необходимости ее разрешения всеми странами. [3]

Давайте вернемся к нашей основной теме, а именно торрентам, которые являются почти самыми крупными бесплатными источниками пират-файлов. Используя их люди могут скачивать различные фильмы, игры и т. п. И это вошло в наш быт, и мы не представляем свою жизнь без них. На настоящий момент, интернет стал большим источником бесплатного контента. Исходя из этого понятно популярность интернет пиратства. Если взять в качестве примера данные газеты «Наша Газета»: «53% опрошенных признались, что скачивают пиратские материалы из интернета и пиратство не осуждают. По поводу музыки, фильмов и книг большинство горожан еди-

нодушны и считают, что все это должно быть доступным и бесплатным — по крайней мере, для первого ознакомления. Всего в опросе приняли участие 529 человек». [3]

Если уничтожить пиратство, то следующий день будет конец для популярной сети YouTube, том числе ждал конец и «Живой журнал», так как был бы дефицит картинок, различных цитат, новостей и т. п. Что касается киноиндустрии, то вред пиратства не велик, так как там основной доход — это прокат фильмов. Если взять музыкальную индустрию, то пиратские версии, выпущенные раньше срока, не влияют на популярность треков, а даже наоборот помогают в наборе популярности. [4]

Из этого можно сделать вывод, что многие используют пиратские версии продуктов, файлов и т. п. и большинство людей это одобряют и не видят жизнь без этого. Если взять смысл этого всего, то некоммерческий обмен не является пиратством, но конечно же в данной ситуации будут и совершенно противоположные мнения. Но как же авторы различных произведений и т. д.? Их можно понять, они хотели бы получить гонорар за свой труд и на данный момент сделать это становится более труднее. Достаточно часто правообладатели становятся посредниками между авторами и потребителями, выкупая произведения, они диктуют свои условия и в интернете законы не всегда имеют свою силу. Следовательно, с учетом особенностей сущности копирайта, необходимо изменить ее. [5]

Литература:

1. Кулагин, А., Белов В., Денисов Г. Интеллектуальная собственность требует защиты // Российский экономический журнал. — 1996. — № 3
2. Орехов, А. М. Интеллектуальная собственность как объект философского исследования // Вестник Московского университета. Сер. 7, Философия. — 1997. — № 1.
3. Косолец, А. А. Правовое регулирование электронного документооборота // Вестник Московского университета. Сер. 11, Право. — 1997. — № 4.
4. Мамаев, В. М. Интеллектуальная собственность: прошлое и настоящее // Общественные науки и современность. — 1996. — № 4.
5. Интернет пиратство вчера и сегодня <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-piratstvo-vchera-i-segodnya>
6. Максим Мошков: Что вы все о копирайте. Лучше бы книжку почитали (Библиотеке копирайт не враг) <http://www.lib.ru/COPYRIGHT/computera.txt>

ИСТОРИЯ

Состояние образовательной сферы в Ненецком округе в годы Великой Отечественной войны (1941–1945)

Осипов Александр Сергеевич, студент

Научный руководитель: Супрун Михаил Николаевич, доктор исторических наук, профессор
Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (г. Архангельск)

Те изменения, которые происходят в российской системе образования последние несколько десятилетий, являются спорными. Если мы посмотрим с одной стороны, то увидим, что престиж знаний вырос. Это привело к возникновению новых типов учебных учреждений, к формированию негосударственного образования, к увеличению поступлений в вузы на конкурсной основе. Однако, если мы посмотрим на это с обратной стороны, то нам станет очевидно, что имеется всё увеличивающийся недостаток образованности и профессионализма, а также низкий уровень обучения и разрыв между образованием и его результатами.

Значительные перемены произошли и в системе управления образованием: аппараты на местах представляют существенную значимость в установлении ценностей развития системы образования сейчас, чем в минувшие годы. Именно по этой причине роль исследований по вопросам образования в нынешних обстоятельствах только увеличивается. Развитие главных направлений политики в области образования невозможно без академического обобщения опыта, собранного на местах.

В современных условиях, когда общество столкнулось с серьезными социальными и национальными проблемами, просто необходимо более требовательно относиться к опыту предыдущих поколений, сопоставить уроки прошлого с реалиями сегодняшних дней, извлечь из минувших событий определенные практические и нравственные ориентиры.

История Великой Отечественной войны всегда была, есть и будет чрезвычайно актуальной проблемой для исследователей. С точки зрения воспитания патриотизма, она, как ни одна другая проблема, позволяет воспитать гражданскую ответственность и любовь к родине.

Учебный 1941–1942 год начался с того, что школы округа не были готовы приступать к своим обязанностям. Где-то не хватало дров, из 22040 кубм запланированных имелось всего 13205 кубм. [1, л. 96], а где-то не доставало учебников (3042 из 6500). Во многих школах к на-

чалу года не был окончен ремонт, что не позволяло приступить учебным заведениям к своей работе вовремя. Но благодаря массовым воскресникам по подготовке школ ситуацию удалось исправить.

С первого военного года в школах большое внимание уделялось физической и военной подготовке учащихся, о чём свидетельствуют оценки в свидетельствах и аттестатах учащихся, которые окончили школу. Для успешного исполнения этой программы в жизнь были проведены следующие мероприятия:

— в каждой средней школе оборудовать физкультурные площадки и одновременно приступить к строительству и оборудованию площадок при неполных средних школах;

— в средних школах организовать военные кабинеты, выделить специальные помещения для занятий физкультуры, оборудовать их необходимым учебно-наглядным пособием;

— директора школ были обязаны полностью приобрести предусмотренные сметой физкультурное и военное оборудование, а также организовать повседневную методическую помощь военным руководителям и преподавателям физкультуры, оказывать помощь школам в развертывании внеклассной оборонной и физкультурной работы.

Успеваемость учеников по итогам первой четверти 1941–1942 учебного года была неудовлетворительной — 74,16% [1 л. 96]. Это можно было объяснить тем, что низкая успеваемость учащихся — результат того, что ОкрОНО, РОНО и директора школ медленно перестраивали работу учебных заведений применительно к условиям военного времени, т. е. в преподавании учебных предметов недостаточно освещался материал героической борьбы Красной Армии и всего советского народа, слабо была поставлена военно-физкультурная подготовка учащихся, не закончено обучение учителей и учащихся ПВХО.

В связи с этим Исполнительный комитет решил обязать ОкрОНО, Райсоветы, РОНО, директоров и заведующих школами немедленно перестроить всю учебно-вос-

питательную работу школ в соответствии с обстановкой и задачами военного времени с тем, чтобы преподавание каждой учебной дисциплины было пронизано материалом героической борьбы советского народа с фашизмом, чтобы каждый урок воспитывал в детях чувство и к своей Родине и жгучую ненависть к её врагам. Требовалось подчинить этой задаче всю внеклассную и общественную работу школьников для Красной Армии, сбора металлолома, шефства над семьями красноармейцев. ОкрОНО, РОНО, директора и заведующие школами совместно с ОК и МК союза работников начальной и средней школы вовлекали всех учителей в работу по внеклассному обслуживанию детей и проведению массовой работы среди родителей, учащихся и населения.

Следующий учебный 1942—1943 год начался не менее удачно, чем предыдущий. Из 39 школ округа к 15 августа 1942 года отремонтировано было только 20, а из потребных на отопительный сезон 16,120 куб. Дров — заготовлено 9000 [2, л. 23]. К проблемам прошлого учебного 1941—1942 года, к этому году прибавилась такая проблема, как нехватка учителей для 5—10-х классов. Ситуацию удалось исправить, вернув всех тех учителей, которые использовались не по назначению. А вот другая проблема оказалась куда серьёзнее. Дело в том, что по итогам приёма учащихся в школы к началу нового 1942—1943 учебного года свидетельствовали о явном неудовлетворительном выполнении плановых контингентов по приёму учащихся в 5—10-е классы. Недокомплект по 5—10-ым классам составил 756 человек [2, л. 23].

Существовал план проведения летне-оздоровительных мероприятий среди детей Ненецкого округа на 1942 год, основной задачей которого являлось усиление работы по политическому воспитанию учащихся, охват их пионерскими лагерями, которые способствовали укреплению и развитию здоровья детей, организация их культурного досуга, с целью повышения качества учёбы в новом 1942—1943 учебном году. Для выполнения этой задачи были проведены:

— пионерские лагеря, куда попадали отличники, дети фронтовиков или те, чьи родители погибли на войне. Лагеря организовывались за счёт средств профсоюзных, хозяйственных организаций колхозов и родителей. Стоимость путёвки составляла 250 рублей;

— для тех детей, которые оставались на лето дома, были организованы летние площадки, где дети занимались спортом, где с ними проводили массово-политические работы, также на площадках были организованы комнаты отдыха, где дети играли в настольные игры, читали газеты и книги и играли на музыкальных инструментах;

— проводились массовые мероприятия: оказание всемерной помощи семьям военнослужащих, сбор металлолома, тёплых вещей для бойцов РККА. Проводились с учащимися беседы на темы Великой Отечественной войны, военно-оборонных кружков, на всех площадках проводились массовые детские праздники, посвящённые новому 1942—1943 учебному году [3, л. 27].

Исполком Окружного Совета депутатов трудящихся отмечал, что в итоге 1942—1943 учебного года 43 класса закончили учебный год с полной успеваемостью учащихся. Ряд школ в результате действенного социалистического соревнования среди учителей и учащихся добились значительного улучшения в постановке учебно-воспитательной работы, обеспечив годовую успеваемость учащихся: Никитцинская СШ — 94,6%, Нарьян-Марская НСШ — 93,2%, Нарьян-марская СШ — 91,3%, Андегская — 91,1%, Носовская — 96,3% [4, л. 30].

Подготовка к новому 1943—1944 учебному году была развёрнута слабо. В большинстве школ не был сделан ремонт, было заготовлено только 5303 куб. дров. Закуплено 9177 экземпляров учебников [4, л. 30].

Красное переходящее знамя Окрисполкома за лучшую постановку учебно-воспитательной работы по итогам 1942—1943 учебного года было за городом Нарьян-Маром, как имеющим наиболее высокую успеваемость учащихся по сравнению с другими районами округа.

На основании решения Архангельского Облсполкома от 26 июля 1943 года № 210 об обучении подростков, работающих на предприятиях, исполнительный комитет Окружного Совета депутатов трудящихся решил, что в целях обеспечения подросткам, занятым на производстве, дать возможность продолжить образование без отрыва от непосредственной работы. Для этого исполнительный комитет обязал Нарьян-Марский Горсовет организовать к 1 октября 1943 года общеобразовательную школу для обучения подростков, работающих в предприятиях города и судоверфи и желающих без отрыва от работы продолжить образование.

Для выполнения этого решения ГорОНО и директора школ города были обязаны до 1 сентября 1943 года провести предварительно учёт подростков не окончивших 5—10-е классы и составить список желающих обучаться в школе.

Чтобы определить учащихся по классам, ГорОНО организовало проверочную комиссию из состава преподавателей старших классов НСШ и средних школ города, а также обеспечило открывшиеся школы помещением, отоплением, освещением и учебно-письменными принадлежностями. Необходимо было составить план учебной сетки, подобрать директоров и преподавателей.

В связи с вселением в округ 2900 рыболовецких хозяйств, число учащихся школ всеобща в 1944 году увеличилось на 1450 человек, вот каким образом удалось исправить ситуацию с недокомплектом 1942 года [4, л. 30]. В целях полного охвата детей школьного возраста обязательным обучением и создания им нормальных условий для учёбы Исполком Окружного Совета депутатов трудящихся обязал ОкрОНО с 1 сентября 1944 года открыть дополнительно к существующим 36 классов, а также командировать в округ недостающих учителей, построить в районах округа новые школы на 80 мест, в том числе и две оздоровительные.

В целях обучения сельской молодёжи и подростков без отрыва производственных работ, во исполнение постановления Совнаркома СССР от 6-го июля 1944 года № 89 и решения исполкома Архангельского Совета депутатов трудящихся, Исполком Окружного Совета депутатов трудящихся открыл 1 ноября 1944 года в крупных колхозах, совхозах, рыбучастках, рыбзаводах округа вечерние школы сельской молодёжи, организовав в них обучение молодёжи без отрыва от производственных работ.

В тех местностях, где число подлежащих обучению было незначительно, открывали вечерние классы при существующих детских школах [5, л. 20]. В связи с тем, что в школах города Нарьян-Мара имелось до 50 человек учащихся нуждающихся в интернатском содержании, Исполком Окружного Совета депутатов трудящихся организовал в 1945 году в городе Нарьян-Маре школьный интернат на 50 человек с приёмом в него на полное содержание детей, оставшихся без родителей.

Литература:

1. ГАНАО., Ф. 1. Оп. 1. Д. 308. Л. 96.
2. ГАНАО., Ф. 1. Оп. 1. Д. 340. Л. 23.
3. ГАНАО., Ф. 1. Оп. 1. Д. 362. Л. 30.
4. ОДСПИ. ГААО. Ф. 804. Оп. 1. Д. 351. Л. 27.
5. ГАНАО., Ф. 1. Оп. 1. Д. 391. Л. 20.

С первых дней Великой Отечественной войны следовало всемерно распространять опыт лучших педагогов округа и тем самым вести решительную борьбу за повышение грамотности учащихся, культуры их устной и письменной речи. Для этого требовалось, чтобы с самого начала занятий повели борьбу с формализмом в преподавании, за связь обучения с жизненной практикой.

Связь обучения с жизненной практикой в работе школ требовалась как никогда. В дни Великой Отечественной войны школы воспитывали в своих питомцах мужество, храбрость и беззаветную преданность партии и Родине.

Важнейшей задачей педагогов была — возглавить патриотический подъём молодёжи, направить его на выполнение задач, поставленных наркомом просвещения РСФСР товарищем Потёмкиным перед пионерами и школьниками. Каждый учитель и школьник-старшеклассник были подлинными бойцами, помогавшими Красной Армии ковать победу над врагом.

ПОЛИТОЛОГИЯ

Понятие параконституционного института

Милорава Александра Романовна, студент
Тульский государственный университет

Ключевые слова: *политический институт, параконституционный политический институт, внеконституционный политический институт*

Политический институт — сложный феномен, который является незаменимым структурным компонентом важнейших сфер общества. Основными парадигмами, занимающимися изучением политических институтов, являются институционализм и неинституционализм, которые возникли в рамках различных социальных и гуманитарных наук. [1, с. 134] Термин «институционализм» был введен в науку У. Гамильтоном в 1918 г. в рамках политической экономии и определялся как способ мышления или действия, принятый социальными группами и закрепленный в обычаях и традициях. По мнению У. Гамильтона, институты, устанавливая формы и границы человеческой деятельности, составляют ориентиры для человека, выражающиеся в обычаях и традициях. [2, с. 265]

В 1993 г. на всероссийском референдуме была принята демократическая Конституция РФ. Было отмечено, что «каждый народ наделен «властью принимать конституцию». Данная власть, поддерживаемая традициями прошлого, обычно в соответствии с положениями статей Основного Закона, формирует институциональную основу государства». Принятой Конституцией РФ установлена система государственного управления на федеральном и региональном уровнях, а также учреждены органы публичной власти. Полномочия государственных органов в Российской Федерации определены, что подтверждено общенациональным органом конституционного контроля: в соответствии с постановлением Конституционного Суда РФ [3] каждый государственный орган может принимать только те решения, которые определены его компетенцией, зафиксированной в Конституции РФ. Данное положение не подвергалось ревизии в течение 90-х гг. XX в. Однако с утверждением в 2000 г. На пост главы государства В.В. Путина в политической системе страны стали происходить трансформации. Формально нормы действующей Конституции не изменялись, но значение и реальное политическое влияние публичных институтов стали иными. К. Коукер отметил, что «институты необхо-

димо менять или перестраивать. Новые институты, в свою очередь, создают новые ценности».

В условиях дефицита результативных посредников между властью и обществом были сформированы параконституционные институты, которые в определенной мере компенсируют низкий уровень вовлеченности граждан в политический процесс, формируют дополнительные механизмы консолидации социума и легитимации власти. [4, с. 78]

Параконституционные политические институты не предусмотрены конституцией и не регулируются ею. Они находятся вне рамок основного закона государства. Пример тому — Администрация Президента РФ, она не регулируется конституцией, там есть лишь упоминание в п. «И» ст. 83 о её формировании Президентом РФ. В то же время параконституционные институты вполне «вписываются» в российское конституционное поле и не противоречат конституционным нормам (иначе их следовало бы обозначить как «антиконституционные институты»). Администрация Президента РФ, в свою очередь, функционирует согласно Указу Президента РФ от 6 апреля 2004 г. N 490 «об утверждении Положения об Администрации Президента Российской Федерации».

Возникновение параконституционных институтов нельзя описать как системное явление. Их появление инициировано властью как дополнение к конституционно установленному набору политических институтов. [5, с. 211]

Причины создания параконституционных институтов различны. Они сочетают в своей природе как правовую, так и политическую составляющие, позволяя реальному носителю власти (главе государства) удерживать контроль над ситуацией.

Параконституционные институты формально нацелены на доказывание политической целесообразности существования соответствующих им конституционных институтов, но не наоборот. Их политическая судьба тес-

нейшим образом нацелена на будущее конституционных институтов, по инициативе которых учреждались параконституционные политические институты. [6, с. 57]

Параконституционные институты стали удобным средством решения тактических задач политического управ-

ления государством конституционными институтами. Такие институты в значительной степени снимают политическую ответственность с конституционных властных институтов, действуя «параллельно» последним, а также «обслуживая» их.

Литература:

1. Американские федералисты: Гамильтон, Мэдисон, Джей. Избранные статьи. С приложением документов: Декларация независимости, Статьи Конфедерации, Конституция США. Пер. Г. Фрейдин. Вермонт. 1990. с. 265.
2. Гаджиев, Х. А. О. Политические институты: институциональный и неинституциональный подход // Власть. 2015. № 7. с. 134–140
3. По делу о проверке конституционности Указа Президента РСФСР от 19 декабря 1991 года № 289 «Об образовании Министерства безопасности и внутренних дел РСФСР»: постановление Конституционного Суда РФ от 14 янв. 1992 г. № 1-П-У // Ведомости СНД РФ и ВС РФ. 1992. № 6. Ст. 247
4. Петрова, Л. А., Сунгуров А. Ю. Институты-посредники между органами власти и обществом // Вопросы государственного и муниципального управления. 2012. № 2. с. 78–96.
5. Сергеев, С. Г. Потенциально внеконституционные политические институты как «попутный продукт» партийного строительства // Теория и практика общественного развития. 2011. № 3. с. 211–213.
6. Сергеев, С. Г. Внеконституционные политические институты: правовой феномен и политическая реальность // Вестник Поволжского института управления. 2009. № 3. с. 57–65.

Разновидности параконституционных институтов в мире

Рыжкова Анастасия Геннадьевна, студент;

Милорава Александра Романовна, студент

Тульский государственный университет

Параконституционные политические институты нельзя характеризовать как исключительно негативное явление. Они несут в себе и положительный потенциал:

— расширяют функциональные возможности власти и общества,

— позволяют системе государственного управления оперативно реагировать на возникающие вызовы и риски. [1, с. 11]

Разновидностями параконституционных политических институтов являются:

— Государственный совет (модернизированный законосовещательный орган, наименование которого заимствовано из имперского прошлого);

— Федеральные округа — осовремененная версия российских генерал-губернаторств;

— Совет законодателей (трансформированная копия Съезда Советов, призванная воплотить собой идею «вертикали законодательной власти»);

— Общественная палата (суррогат общенационального парламента, сформированного по искусственно усложненной схеме квотированного представительства и, подобно Верховному Совету СССР/ РСФСР, выполняющего «фасадные» функции).

«Внутреннее» содержание и предназначение данных образований реализуется через их участие в государ-

ственном управлении. [2, с. 57] Параконституционные структуры на практике способствуют воплощению идеи «управляемой демократии». Они структурируются на всех уровнях государственного управления — федеральном, региональном и муниципальном.

Обратимся к опыту Великобритании, который выстраивает структурно-функциональные и институциональные властные практики на основе политического / управленческого / юридического прецедента. В связи с этим говорить о параконституционности каких-либо политических институтов, учрежденных в Великобритании, приходится с большой долей условности.

Созданные в ходе политического процесса, такие параконституционные институты могли укорениться и легализоваться в процессе государственного управления, стать привычными и в силу этого вполне конституционными. Иначе, выполнив возложенные на них функции и исчерпав управленческий потенциал, учрежденные институты исчезали. Одним из первых примеров подобного рода выступил наделенный исполнительной властью Государственный совет, который был избран парламентом в период Английской буржуазной революции в XVII в. [3, с. 44]

Также показательным является вариант закрепления в великобританской конституционной практике инсти-

тута Кабинета министров, который возник «из возникшего еще при Тюдорах Тайного совета — органа, который официально был призван оказывать монарху содействие в управлении страной». [4, с. 20]

В современной Великобритании королевский Тайный совет сохраняется и в настоящее время действует как параконституционный (в сравнении с Кабинетом министров) политический институт Соединенного Королевства. Это свидетельствует о востребованности данного институционального образования в национальной системе публичного управления страной.

Опыт Великобритании показывает, что параконституционные политические институты могут возникать как временные образования (Государственный совет) или как структуры, способные закрепиться в системе государственного управления и даже стать конституционными (Кабинет министров). При этом важно отметить особенность стремления наделять внеконституционных на момент их создания политических институтов формальными властными полномочиями. [5, с. 63]

Практика создания параконституционных институтов была и в Японии, где был создан параконституционный совещательный орган Гэнро, состоящий из приближенных к Императору старейших политических деятелей государства. Кроме Гэнро к параконституционным, неформальным каналам связи с Императором, которые позволяли узаконить в рамках действовавшей Конституции решения, ученые относят Генеральный штаб и хранителей императорской печати. Гэнро давал главе государства рекомендации по подбору персонального состава Кабинета министров, а также советы по важным политическим вопросам, включая объявление войны и заключение мира. Данный орган действовал с конца XIX в. и до 1940-х гг., прекратив свое существование после смерти последнего советника. [6, с. 44]

Литература:

1. Жучкова, С. М. Внутриполитическое развитие Японии в конце XIX — начале XX века: автореф. дис.... канд. ист. наук. Владивосток, 2000. с. 17.
2. Повышение эффективности деятельности органов государственной власти: подходы к проведению административной реформы в Российской Федерации / Е. Добролюбова, Н. Маннинг, Н. Парисон [и др.]. М., 2005. с. 34.
3. Пронкин, С. В., Петрунина О. Е. Государственное управление зарубежных стран. М., 2001. с. 20.
4. Сергеев, С. Г. Внеконституционные политические институты в контексте экспертных аналитических докладов 2010/2011 // Власть. 2011. № 10. с. 11–15.
5. Сергеев, С. Г. Внеконституционные политические институты: правовой феномен и политическая реальность // Вестник Поволжского института управления. 2009. № 3. с. 57–65.
6. Сергеев, С. Г. Внеконституционные политические институты в контексте экспертных аналитических докладов 2010/2011 // Власть. 2011. № 10. с. 11–15.
7. Сергеев, С. Г. Зарубежный исторический опыт внеконституционных политических институтов в проекции на современную Россию // Вестник Поволжского института управления. 2012. № 3. с. 44–55.

Аналогичные по своему значению параконституционные политические институты (Тайные или Исполнительные советы) создаются и в других англосаксонских государствах — Австралии, Канаде, Новой Зеландии. В своей деятельности они ориентируются на исполнительную власть и выполняют координирующие и контрольные функции в системе государственного управления, где занимают более высокое положение, чем рутинные органы. Например, специальный Комитет министров, созданный в середине 90-х гг. XX в. для оценки состояния государственного управления Канады, отчеты о своей деятельности направлял Тайному совету. [7, с. 34]

Институциональное подобие британскому Кабинету министров можно обнаружить в Соединенных Штатах Америки. Практически в самом начале исторического пути этого государства в системе органов управления возник Кабинет, не предусмотренный Конституцией США. Отметим, что, в отличие от Соединенного Королевства, США имеют писаную Конституцию, жестко фиксирующую систему государственных институтов.

По своему статусу Кабинет министров является совещательным органом, который действует в сфере исполнительной власти США и включает в себя, помимо президента и вице-президента, отдельных федеральных министров и некоторых других федеральных чиновников. [8, с. 214] Хотя потенциально Кабинет министров способен играть важную политическую роль уже хотя бы в силу состава его участников, он все же не превратился в полноценную исполнительную власть (правительство) с самостоятельными функциями и значением.

Таким образом, параконституционные институты могут быть типологизированы по уровням государственно-публичного управления: общенациональном — субрегиональном, региональном — внутрирегиональном и муниципальном.

Значение невербальной коммуникации в политической сфере

Рыжкова Анастасия Геннадьевна, студент;
Милорава Александра Романовна, студент
Тульский государственный университет

Невербальная коммуникация (от лат. *verbum* — глагол, *communicatio* — общаюсь) в человеческом обществе включает все формы передачи информации без помощи языка. Это общение и обмен информацией с помощью «языка тела».

Невербальные средства коммуникации выражаются в одежде, причёске, мимике, позе, окружающих человека предметах. Распознавание и понятие подобного поведения способствует достижению наивысшей степени взаимопонимания. Подобная информация позволяет понять настроение, переживания, ожидания, чувства, намерения, а также морально-личностные качества общающихся людей.

Психолог-исследователь Альберт Мерабиан выяснил, что слова имеют наименьшую степень воздействия. «Их роль в процессе общения сводится лишь к 7%, невербальные символы занимают 55%, вокальные — 38%» [1].

Невербальное поведение несет информацию вне зависимости от степени осознания этого. Оно объединяет большой круг явлений, включая не только движения тела человека и звуковую модальность речи, но и различные элементы окружающей среды, одежду, элементы оформления внешности и даже различные сферы искусства [2, с. 142].

Сегодня политики понимают, что их успех определяется не только внешностью и имиджем, но и поведением, коммуникацией. У большинства серьезных политиков имеются консультанты по языку телодвижений, которые помогают им выглядеть убедительно и привлекательно для электората.

Во все времена политики старались наиболее эффективно использовать каналы коммуникации, которые есть в наличии. Несомненно, до изобретения радио и телевидения политикам было проще. Они общались с избирателями посредством писем, газет и книг. Нечестные политики и плохие ораторы могли добиться успеха, настойчиво потрудившись и написав хорошую, отточенную статью. Авраам Линкольн не был гениальным оратором, но отлично умел выражать свои мысли на бумаге. А Уинстон Черчилль считался уникальным оратором, но «он вряд ли добился бы успеха сегодня, в эпоху телевидения» [3, с. 13].

С появлением телевидения и стремительным ростом его популярности все более значимой становится невербальная коммуникация. И успех того или иного политика зависит уже не столько от того, *что* он сказал, а от того, *как* он это сказал. Хорошим примером владения языком телодвижений является 40-й президент США Р. Рейган. Его невербальные сигналы внушали доверие и точно подтверждали слова.

Выборы — процесс, в котором в силу его высокой эмоциональной насыщенности невербальные сигналы играют

огромную роль. Жесты, мимика, позы, взгляд, одежда кандидата, графика его агитационных материалов оказывают большое влияние на избирателя, и люди делают свой окончательный выбор с учетом этого впечатления.

В электоральном процессе невербальные коммуникации используются чрезвычайно активно в силу высокой значимости результатов этого процесса. Они помогают достичь запланированный результат и достаточно быстро убедить избирателей в правильном выборе. Умело используя сигналы тела в выступлении деятеля политики, способствует появлению симпатии и доверия к кандидату на подсознательном уровне.

Дж. Фаст и Э. Холл в своей книге «Язык тела» заметили следующее: «Все они [политики] хорошие актеры, а хорошие актеры должны быть мастерами в использовании языка тела. Более неприспособленные погибают и остаются лишь те, кто в совершенстве владеют словарем и грамматикой этого языка» [4, с. 218].

Несомненно, существует множество невербальных сигналов понятных всем нациям, однако у каждой страны есть и свои особенные моменты.

Например, образ российского лидера и американского воспринимается неодинаково в массовом сознании граждан. PR — агенты используют разные методы создания положительного образа политика.

Если в американской культуре построение имиджа настроено на то, чтоб первоочередным показать, что глава государства «простой парень», «как мы», то в российской культуре Президент должен быть лучше «нас», достойным занять серьезное место и направлять народ. Российский Президент должен быть серьезным, понимающим важность своего положения, солидным и умным. Такие критерии установились в нашем обществе и на это нацелено построение невербальной коммуникации политика.

Активность применения невербальных коммуникаций в политическом процессе определяются органичностью этих коммуникаций для человека. В повседневной деятельности мы часто обращаемся к невербальным способам коммуникации, общаясь с постоянными коммуникативными партнерами — друзьями, родственниками, деловыми партнерами, сослуживцами, а также незнакомыми людьми. Исследование и осознанное отношение к безмолвным сигналам, которые мы одновременно подаем и принимаем друг от друга, открывает возможность существенно повысить эффективность социального, в том числе политического влияния [5, с. 102]. Таким образом, невербальные коммуникации естественны во всех видах политического процесса, в том числе в избирательном.

Литература:

1. Кадацкий, Е. Невербальные компоненты политического имиджа. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sagab.chat.ru/societal/nonverbal1.html> (Дата обращения: 12. 02. 2018)
2. Жихарева, Н.А. Риторический аспект коммуникации в рамках политического дискурса (на материале речей Дж. У. Буша) // Вестник Ставропольского Государственного университета. № 53, 2007. с. 141–144.
3. Пиз., А., Пиз Б. Новый язык телодвижений. Расширенная версия. Москва: Издательство «Э», 2016. 512 с.
4. Фаст Дж. Холл Э. Язык тела. Как понять иностранца без слов. М.: Вече. АСТ, 1997. 423 с.
5. Хохлова, Е. В. Невербальное общение политиков // Политическая коммуникация: Материалы Всероссийской научной школы для молодежи. Екатеринбург, 25 августа — 8 октября. 2009. с. 102–104.

Характерные особенности института президентства в РФ на современном этапе

Рыжкова Анастасия Геннадьевна, студент
Тульский государственный университет

Институт президентства — это совокупность государственно-правовых норм, которые регулируют формирование и функционирование президентской власти. Идея президентства последовательно внедрялась в российскую государственность не только «сверху», но и признавалась и утверждалась «снизу», исходя из воли народа как единственного суверенного источника власти. Институт президентства в России имеет свои специфические формы организации и осуществления власти в политической системе российского общества, основываясь на его национально-исторических особенностях и традициях.

Для определения черт данного института в России необходимо обратиться к ее Основному закону и рассмотреть основные нормативные положения, применимые к главе государства. Согласно Конституции РФ, Президент является гарантом Конституции России, прав и свобод человека и гражданина. Он представляет Россию внутри страны и на международной арене, определяет основные направления внутренней и внешней политики государства. Президентом может быть избран гражданин России не моложе 35 лет, постоянно проживающий в стране не менее 10 лет. Президент Российской Федерации избирается сроком на шесть лет гражданами Российской Федерации на основе всеобщего равного и прямого избирательного права при тайном голосовании. Одно и то же лицо не может быть Президентом России более двух сроков подряд [1, с. 75].

При выделении черт института президентства в России, можно полностью согласиться с В.Т. Третьяковым, отмечая, что при формировании института президентства в России большой отпечаток накладывает генетическая особенность российской системы власти, не похожей ни на восточную деспотию, ни на западную демократию. Это русская система власти, так называемая русская демократия, где личность всегда превалирует над институтом. И от того, какая личность, какой человек займет руководящий пост, будет зависеть процветание или крах той или иной организации [2].

Необходимо отметить, что власть в России всегда была персонифицирована, поэтому в сложных для страны политических и социально-экономических ситуациях многое решал именно личностный фактор. Поэтому власть больше воспринимается российским обществом не как политический институт, а как конкретная личность, принимающая важные государственные решения, определяющие жизнь многих людей. Причем, личным качествам политического лидера придается большее значение, чем устройству и функционированию государственного аппарата.

Ученые М.А. Краснов и И.Г. Шаблинский объясняют это так: «Россия столь долго жила в условиях абсолютной власти, что в политическом сознании народа доминирующее значение стало иметь не то обстоятельство, как управляется страна, а то, кем она управляется» [3, с. 4]. То есть, несмотря на универсальность конституционной формулы, а во многом как раз «благодаря» ее несовершенству, данный демократический институт пока еще не окончательно сложился, а страна продолжает находиться в режиме «ручного управления», когда не лидер встраивается в систему, а система подстраивается под лидера.

Другую особенность русского менталитета, Е. Б. Григорьева определяет, как «стремление общества к сильному государству и авторитаризму» [4, с. 46]. Виден запрос на патернализм. Обществу важно, чтобы государство могло обеспечивать безопасность, защиту прав и законных интересов своих граждан, оберегать их и во всем помогать. И чтобы его деятельность была направлена на реализацию принципов социального государства и социальной справедливости.

Третьей чертой можно выделить большую широту полномочий Президента РФ, их можно показать с помощью исполняемых функций.

Президент РФ, осуществляя руководство внешней политикой России, подписывает международные договоры. Он является Верховным Главнокомандующим Вооружен-

ными Силами России, вводит на территории страны военное положение, а при определенных обстоятельствах, вводит чрезвычайное положение, решает вопросы гражданства России и осуществляет помилование.

Четвертая черта — доминирующее положение президента в его взаимоотношении с другими ветвями власти.

В Российской Федерации законодательно прописано разделение властей. Однако президент в своих взаимоотношениях с различными ветвями власти имеет особое, доминирующее положение. Как справедливо отмечает отечественный политолог В. Никонов, российский президент «обладает и исполнительными правами, поскольку формирует правительство и фактически руководит им. И законодательными, поскольку издает указы. И судебными, поскольку может выступать арбитром в спорах между центральной и региональной властью» [5, с. 196].

Все это дает основание оппозиции утверждать, что Конституция Российской Федерации предоставила Президенту слишком много прав и обязанностей. А в свою очередь Президент предоставил широкие полномочия структурным элементам института, взяв хотя бы Администрацию Президента. Но, несмотря на широкие пол-

номочия главы государства, Россия является полупрезидентской республикой. Это прописано в Основном законе нашей страны. И определяется тем, что президент может быть отрешен от должности Советом Федерации по инициативе Государственной Думы. И все же, процедура отрешения чрезвычайно сложна.

Поэтому можно сказать, что особенностью института президентства является противоречивое замечание, что Россия — полупрезидентская республика с расширенными президентскими полномочиями.

Таким образом, характерными особенностями института президентства в России можно считать:

1. персонификация института президентства. Для россиян особо важна личность главы государства, а не сам институт;
2. стремление общества к сильному, порой авторитарному правителю;
3. стремление к патернализму;
4. большая широта полномочий Президента РФ, но не абсолютная власть;
5. доминирующее положение Президента в его взаимоотношении с другими ветвями.

Литература:

1. Исаев, Б. А., Баранов Н. А. Политические отношения и политический процесс в современной России. СПб.: Питер, 2008. 400 с.
2. Круглый стол «Институт президентства в России: правовые основы и роль в модернизации общества». URL: <http://pandia.org/text/77/436/2074.php> (Дата обращения 15. 10. 2017).
3. Краснов, М. А., Шаблинский И. Г. Российская система власти: треугольник с одним углом. М.: Институт права и публичной политики, 2008. 231 с.
4. Григорьева, Е. Б. Политические эффекты авторитарного синдрома в современном политическом процессе России // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 379. с. 46—54.
5. Михалёва, И. В. Президент Российской Федерации, как субъект современного политического процесса // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2011. № 2 (17). с. 195—199.

СОЦИОЛОГИЯ

Нравственно-правовая социализация индивида в обществе

Абдулкимов Набир Абдулхакович, старший преподаватель
Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

Термин «социализация» происходит от латинского *socialis* — «общественный». Это процесс усвоения индивидуумом определенной системы знаний, норм и ценностей, позволяющих ему функционировать в качестве полноправного члена общества. Социализация включает как целенаправленное воздействие на личность (воспитание), так и стихийные, спонтанные процессы, влияющие на ее формирование. Впервые термин «социализация» личности был введен в научный оборот в конце XIX столетия французским социологом Э. Дюркгеймом. Основные же концепции социализации выдвинуты З. Фрейдом, Дж. Мидом, Т. Парсонсом, Ж. Пиаже. Поскольку феномен социализации неоднозначен, то исследователи обычно по-разному определяют его.

Во-первых, социализацию можно рассматривать как усвоение социальных норм: социальные правила становятся внутренними для индивида в том смысле, что они не навязываются посредством внешней регуляции, а налагаются самим индивидом и являются, таким образом, частью личных свойств индивида (Ж. Пиаже и др.). Во-вторых, социализация нередко сводится к целенаправленному воспитанию. Любое правило, шаблон поведения навязывается индивиду группой. Этот подход принижает самостоятельность индивида в саморазвитии личности, недостаточно учитывает процессы ее спонтанной самоорганизации и латентного влияния на социализацию личности социальной среды. В-третьих, социализация может рассматриваться в качестве существенного элемента социального взаимодействия (Дж. Мид). Взаимодействие это происходит, когда люди общаются. Стало быть, речь идет о взаимодействии как клеточке общественного организма и одновременно — психологическом явлении. В этом случае понимание социализации основывается на предположении, что люди, вступая в интеракцию, желают улучшить свой собственный имидж посредством достижения статуса и освоения ролевого поведения с целью одобрения со стороны окружающих. Индивиды становятся социализированными лишь тогда, когда они направляют свои собственные действия в соответствии с ролевыми ожиданиями других людей.

В отечественной науке термин «социализация» появился сравнительно недавно. Одним из первых значение этого термина раскрыл Б.Д. Парыгин. Применение его поначалу вызывало возражение отдельных ученых, полагавших возможной замену данного понятия другими — воспитание, формирование личности и т. д. В то же время за правомерность рассмотрения социализации как самостоятельного феномена говорит многогранность ее сторон, выходящих за пределы вопросов воспитания и формирования личности.

Сегодня понятие «социализация» личности можно встретить в различных отраслях наук. С позиций социально-психологической теории Б.Д. Парыгин, например, считает, что под социализацией следует понимать весь многогранный процесс очеловечивания человека, включающий в себя как биологические предпосылки, так и непосредственно само вхождение индивида в социальную среду и предполагающее: социальное познание, социальное общение, овладение навыками практической деятельности, включая как предметный мир вещей, так и всю совокупность социальных функций, ролей, норм, прав и обязанностей и т. д.; активное переустройство окружающего (как природного, так и социального) мира; изменение и качественное преобразование самого человека, его всестороннее и гармоническое развитие.

В основе социологического понимания социализации, по мнению Ю.Р. Хайрулиной, лежит взаимодействие личности с социальными институтами, в ходе которого она усваивает аккумулярованные ими ценности, правила, роли и занимает соответствующий статус. А.В. Мудрик интерпретирует социализацию как социально-педагогическое явление, сущность которого состоит в сочетании приспособления и обособления человека в условиях конкретного общества. Основываясь на субъект-субъектном подходе, он определяет социализацию как развитие и самоизменение человека в процессе усвоения и воспроизводства культуры, что происходит во взаимодействии человека со стихийными, относительно направляемыми и целенаправленно создаваемыми условиями жизни на всех возрастных этапах. Определяя понятие социализации с позиции права,

В. П. Казимирчук, В. Н. Кудрявцев пишут, что она, с одной стороны, включает в себя целенаправленное воздействие социальных условий человека, приобщая его к системе понятий, оценок, представлений, социальных норм, ценностей культуры, принятых в обществе, с другой — социальную деятельность самого человека, который в социальной среде совершенствует ее и в то же время изменяет собственную сущность, формирует у себя новые качества и свойства. В процессе социализации человек выступает в качестве объекта и субъекта воздействующего на внешний и свой внутренний духовный мир.

Индивид в процессе социализации усваиваются коллективные нормы поведения до такой степени, что они, в конечном счете, автоматически подсознательно направляют все его поступки.

Становление личности как субъекта социальных отношений происходит в процессе формирования и развития ее свободной воли первоначально в моральной сфере, а затем в нравственно-правовой.

В процессе становления и формирования личности как субъекта социальных ценностей она движется вперед от индивидуального круга ценностей к ценностям общественным, правовым, которые способствуют развитию ее свободной воли от моральной сферы к нравственно-правовой сфере.

Индивид вступает с обществом в различные отношения — политические, экономические, юридические, моральные, духовные и т. д. Иначе говоря, общество есть не что иное, как совокупность отношений, следствие взаимодействия между индивидуумом и государством.

Процесс социализации личности условно можно подразделить на несколько стадий:

Первая стадия — становление человеческой личности, ее формирование. Этому способствует семья, где человек усваивает целую систему ценностей, определяющих

в дальнейшем его нравственную и социальную позицию. Данная стадия — исключительно важный момент нравственно-правовой социализации личности, хотя нуждается в дальнейшем развитии.

Вторая стадия — восприятие нравственным сознанием индивида норм права в форме закона. На этой стадии в личности человека формируются качества гражданина.

Третья стадия имеет место только тогда, когда право воспринимается субъектом как нравственная ценность. На данной стадии нравственные ценности и нормы права отражаются в сознании индивида в теснейшем единстве, т. е. когда можно говорить о полной включенности индивида в общественные процессы. Только на этой, третьей, стадии развития правовые ценности приобретают для человека конкретную значимость и выступают средством формирования активной, одобряемой обществом жизненной позиции личности.

Каждая стадия нравственно-правовой социализации личности в свою очередь условно разделяется на два периода:

1. Когда личность как бы нравственно взрослеет, обогащаясь вначале познанием норм морали, а затем нормами права, которые, с одной стороны, побуждают человека к законопослушному поведению, а с другой — ограничивают, оказывая положительное влияние на его сознание.

2. Когда индивидуум в нравственном и правовом смысле сформирован и готов к исполнению своего гражданского долга, он становится активным субъектом общественных отношений, как бы возвращая при этом в социум приобретенные им у него ценности.

Таким образом, человек, социализированный обществом, используя полученные от него знания, трансформированные в его сознании, вносит свой вклад в социализацию самого общества.

Литература:

1. Давиденко, Д. Н. Здоровый образ жизни и здоровье студентов: Учебное пособие / Д. Н. Давиденко, В. Ю. Карпов. — Самара: СГПУ, 2004.
2. Физическая культура студента: Учебник / Под ред. В. И. Ильина. — М.: Гардарики, 2004.
3. Петленко, В. П., Давиденко Д. Н. Этюды валеологии: Здоровье как человеческая ценность. — СПб.: Балтийская педагогическая академия, 1998.
4. Физическое воспитание студентов: учеб. пособие / Л. С. Дворкин, К. Д. Чермит, О. Ю. Давыдов / Под общ. ред. Л. С. Дворкина. — Ростов н/Д: Феникс; Краснодар: Неоглория, 2008.
5. Барчуков, И. С. Физическая культура и спорт: методология, теория, практика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / И. С. Барчуков, А. А. Нестеров; под общ. ред. Н. Н. Маликова. — М.: Издательский центр «Академия», 2009.

Социальное самочувствие молодёжи (на примере студентов профессиональных образовательных учреждений г. Таганрога)

Рябинская Татьяна Сергеевна, кандидат социологических наук, преподаватель;

Замогильный Вадим Вячеславович, студент

Таганрогский колледж морского приборостроения (Ростовская обл.)

В статье актуализируется тема социального самочувствия молодёжи. Для оценки последнего приводятся результаты опроса, проведённого среди студентов профессиональных образовательных учреждений города Таганрога.

Ключевые слова: социальное самочувствие, социальные самоощущения, уровень жизни, уровень удовлетворённости, социальный опыт

Понятие «социальное самочувствие» сегодня одно из самых часто упоминаемых как в научном, так и медийном российском пространстве. Это можно считать одновременно и признаком профилактической заботы, и явственным симптомом того, что наше общество действительно чувствует не вполне хорошо. Несмотря на частоту употребления данного термина, социологическая наука пока не выработала единого подхода к его определению. Тем не менее, обобщая уже данные учёными трактовки, «социальное самочувствие» можно интерпретировать как состояние оценочного характера, субъективное восприятие реальности и себя в ней, определяемое по ряду следующих показателей: уровень жизни; качество свободного времени; эмоционально-психологическое состояние; социальные самоощущения; самооценка потенциала и др. [1, с. 100]

В условиях продолжающегося в нашей стране переходного периода, отмечаемого такими негативными для общества процессами, как его криминализация и маргинализация, усугубление социального расслоения и усложнение социальной структуры как таковой изучение и систематический мониторинг социального самочувствия представляется действительно важной задачей. [2, с. 57] И первостепенное значение имеет её решение применительно к молодёжи — самой активной и в то же время самой уязвимой социальной группе, выбор жизненной стратегии которой в конечном счёте определяет будущее и всего нашего общества.

Именно социальным самочувствием молодёжи во многом обуславливается выбор ею тех или иных моделей социального поведения, построение жизненных стратегий, а неудовлетворённость социально-экономическим положением является одним из ключевых факторов формирования в молодёжном сознании экстремальных и даже экстремистских установок. [3, с. 18]

Для определения социального самочувствия студентов профессиональных образовательных учреждений г. Таганрога был проведён письменный опрос в форме анкетирования, в котором приняли участие 55 юношей и 45 девушек в возрасте от 18 до 20 лет. Вопросы анкеты условно объединялись в несколько групп, каждая из которых охватывала свой набор показателей социального самочув-

ствия, уровень удовлетворённости каждым из которых молодым людям предлагалось оценить по 5-балльной шкале.

Первая группа вопросов была направлена на определения степени удовлетворённости молодёжи её уровнем жизни — материальным положением, жилищными условиями, качеством отдыха и питания. Согласно полученным ответам, молодые люди данными параметрами в целом удовлетворены: 80% опрошенных выбрали оценки «4» и «5» по каждому из этих показателей, кроме качества отдыха — хорошим и отличным его считают только 40% респондентов; 60% молодых людей оценили его в 3 балла. Выборочное интервьюирование впоследствии позволило определить главные причины такой оценки. Чаще прочих называлось недостаточное количество в городе мест отдыха, располагающих к интересному и разнообразному времяпрепровождению и обладающих к тому же ценовой доступностью.

Ответы на вопросы второго блока, позволяющие судить о социальных самоощущениях молодёжи, продемонстрировали высокий уровень лояльности молодых людей по отношению к семье и ближайшим устойчивым референтным группам — кругу друзей и сокурсников. Свою удовлетворённость отношений с ними 90% молодых людей оценивают высшим баллом, 10% — оценкой «хорошо». Это позволит сделать вывод о том, что молодёжи комфортно в окружающей её микросреде — той важной части социальной среды, в которой непосредственным образом проявляется её деятельностная и коммуникативная активность и которая играет ключевую роль в накоплении социального опыта, который у подавляющего числа молодых людей оказался позитивным.

Однако же в отношении города и страны уровень молодёжной лояльности оказался заметно ниже: для выражения своей удовлетворённости ими 25% молодых людей выбрали оценку «3», а более лояльно настроенное большинство — 75% респондентов — предпочло оценке «отлично» более отстранённый и сдержанный вариант «хорошо».

Вариант «хорошо» оказался самым популярным у молодёжи и при оценке ею личного потенциала — своих способностей, успехов и личностных качеств. Свои же перспективы в плане получения дальнейшего образо-

вания, духовного развития, улучшения социального положения, повышения материального благополучия молодёжь оценивает ещё более сдержанно, и в 60% ответов — оценкой «удовлетворительно» по первым двум параметрам, оценкой, в 70% ответов — оценкой «хорошо» по двум другим. Вариант «отлично» среди ответов на вопросы этого блока практически не встречается.

Очевидно, опрошенные молодые люди не склонны демонстрировать безоговорочный оптимизм в том, что касается их будущего. Низкая оценка шансов изменить своё социальное положение говорит о недостаточности существующих в нашем обществе социальных лифтов, а кажущееся молодёжи мало возможным духовное развитие, по всей видимости, во многом обязано таким представлением воздействием современной поп-культуры.

В целом же результаты проведённого опроса позволяют сделать вывод о том, что социальное самочувствие таганрогских студентов профессиональных образовательных учреждений можно назвать вполне удовлетворительным, но всё же требующим определённых мер по улучшению качества отдыха молодёжи, по повышению уровня её лояльности к городу и стране, а также по привитию ей навыков построения позитивной жизненной стратегии.

Для реализации таковых образовательными учреждениями может быть разработан и проведён комплекс ме-

роприятий, направленных на усвоение молодёжью патриотических ценностей и реализованных с учётом наиболее популярных в молодёжной среде форматов. Так, например, вместо традиционного экскурсионного посещения музеев с целью знакомства с историей города молодым людям можно предложить тематическую квест-игру, предполагающую не только посещение историко-культурных объектов, но интерактивный игровой контакт с ними.

Важным представляется и вовлечение молодёжи в творческую жизнь, привлечение её к научной работе. Эти направления деятельности поспособствуют повышению самооценки личностного потенциала молодёжи, повысят качество её досуга, а также позволят ей более оптимистично оценивать перспективы духовного развития.

Улучшению качества досуга молодёжи вне стен образовательных учреждений может поспособствовать и поддержка малого бизнеса на местном уровне. Так, например, открытие ряда новых арт-кафе и антикафе могло бы не только разнообразить досуг молодёжи, но и реализовать её креативный бизнес-потенциал.

Кроме того, представляется необходимым привлечение внимания молодёжи к ряду существующих на региональном уровне государственных молодёжных программ, предлагающих поддержку в реализации перспективных стартапов.

Литература:

1. Сунайкина, О.Н. Понятие «социальное самочувствие» в социологии // Вестник Мордовского университета, 2011 г., № 3. — с. 98–101
2. Антипов, А.Г. Современное российское общество и его социальная структура // Вестник Пермского университета, 2010 г., выпуск 1. — с. 56–66
3. Чупров, В.И., Зубок Ю.А. Молодежный экстремизм: сущность, формы проявления, тенденции. — М.: Academia, 2009. — 320 с.
4. Резник, Т.Е., Резник Ю.М. Жизненные стратегии личности: поиск альтернатив. — М.: Альтаир, 1995.

Оценка туристской привлекательности г. Таганрога его жителями и гостями

Рябинская Татьяна Сергеевна, кандидат социологических наук, преподаватель;

Кравцов Сергей Вадимович, студент

Таганрогский колледж морского приборостроения (Ростовская обл.)

Под туристской привлекательностью территории обычно понимается определённая совокупность её визуальных, вербальных и эмоциональных характеристик, формирующих к ней отношение туристов. Данный подход восходит к теории британского социолога Джона Урри, развитой им в книге «The Tourist Gaze» («Взгляд туриста»), где он раскрывает определяющий мотив занятия туризмом: таковым является поиск новых зрительных впечатлений, которые невозможно испытать по месту жительства [1, с. 113–114]. По Урри, туристы желают «глядеть на знаки», то есть на достопримечатель-

ности, которые определённым образом маркируют ту или иную территорию, становясь её «визитными карточками», как, например, статуя Свободы в Нью-Йорке, Эйфелева башня в Париже, Кремль в Москве.

Немалым количеством потенциально любопытных туристам «знаков» обладает и город Таганрог. Традиционно позиционируемый как «город Чехова» [2, с. 2], он, согласно официальным данным, имеет на своей территории 316 памятников архитектуры, истории и культуры, в том числе 167 областного и 14 федерального значения, а это солидный ресурс для организации культурно-познавательного туризма.

Современная культурная жизнь города также вполне способна предложить его гостям зрительные впечатления, необходимые туризму событийному — как, например, фестиваль «Зонтичное утро», традиционный книжный фестиваль или историческая реконструкция «Оборона Таганрога 1855 года».

Перспективен Таганрог и с точки зрения развития паломнического туризма. Поклониться мощам Святого блаженного Павла Таганрогского и посетить его келью приезжают паломники из разных уголков страны; больше всего — из Крыма, где донской святой особенно почитаем.

Однако же вышеназванное определяет всё-таки именно туристский потенциал — то есть только предпосылки организации туристской деятельности, а не привлекательность как таковую, которая позволяет оценить эффективность такой организации и судить о наличии уже сложившегося устойчивого спроса на предлагаемые туристские услуги. [3, с. 1]

Объективно оценить нынешний туристский спрос в Таганроге на сегодня не представляется возможным. Однако же, например, небольшой польский городок Торунь с численностью населения около 130 тыс. человек (что вдвое меньше, чем в Таганроге) ежегодно принимает порядка миллиона туристов. О том, что таганрогская статистика значительно скромнее, косвенно свидетельствует величина гостиничного номерного фонда: в городе имеется 25 коллективных средств размещения на 834 номера (1782 места). Причём только одному из объектов присвоена категория «четыре звезды»; ещё четыре объекта имеют категорию «три звезды», три объекта — «две звезды». Остальным 17 объектам присвоена категория «без звёзд».

Туристский спрос — а значит, и саму туристскую привлекательность — определяют факторы, традиционно подразделяющиеся на историко-культурные, природные, инфраструктурные и экономические. [4, с. 42] Данная классификация легла в основу предпринятого исследования туристкой привлекательности г. Таганрога, основ-

ными методами которого стали письменный и устный опрос респондентов.

Для первого этапа исследования была разработана анкета, включавшая в себя общие вопросы, позволяющие сделать обобщённые выводы по изучаемой теме. В нём приняли участие 100 человек, для 53% которых Таганрог является родным городом, для 30% — городом проживания; а 17% опрошенных его посещали. 50% от числа респондентов составили женщины, 50% — мужчины.

По возрастному признаку распределение участников опроса оказалось следующим: 7% — респонденты в возрасте до 20 лет; 44% — от 21 до 30; 16% — от 31 до 40; 12% — от 41 до 50; 14% — от 51 до 60; 7% — от 60 и старше.

По итогам анкетирования, большинство опрошенных (59,2%) выбрали оценку «3», оценивая качество жизни города по 5-балльной шкале и предложенной совокупности факторов, включавшей качество продуктов питания, уровень и доступность образования и лечения, доступность жилья, развитость инфраструктуры, экологическую обстановку.

В то же время, процент респондентов, давших городу оценку «хорошо», довольно велик и составляет 22,4%. Однако же, как выявил в дальнейшем второй этап исследования, так оценивают качество жизни главным образом не проживающие в Таганроге респонденты; коренные таганрожцы в своих оценках заметно менее лояльны.

Оценивая общий психологический фон города Таганрога, 45% опрошенных сочли его позитивным, ещё 45% — переменчивым. 10% респондентов считает психологический фон негативным.

Как показало впоследствии устное интервьюирование, большинство гостей города высоко оценивают приветливость и открытость таганрожцев, находя их темперамент «типично южным» и привлекательным.

Обладает привлекательностью и сам город — безусловной, по мнению 12% опрошенных и нуждающейся

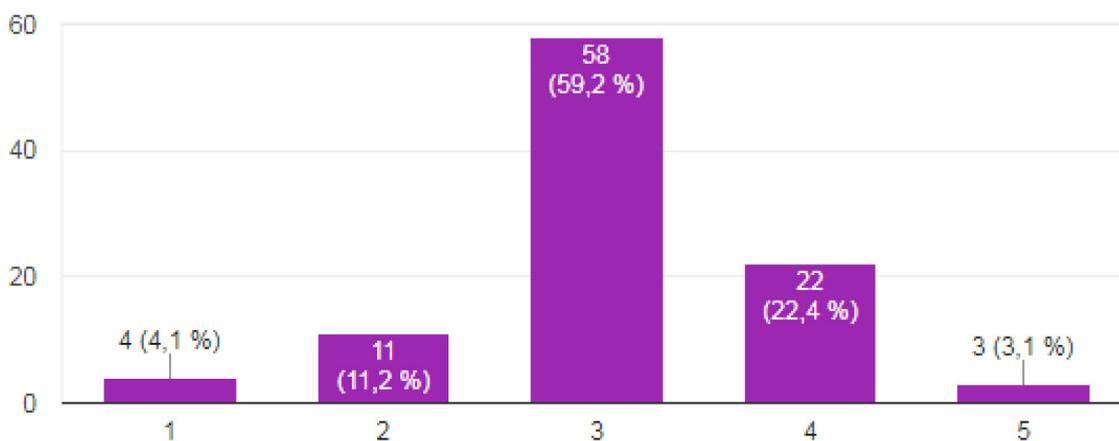


Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос «Оцените, пожалуйста, качество жизни города по шкале от 1 (очень низкое) до 5 (очень высокое) по совокупности факторов»

100 ответов

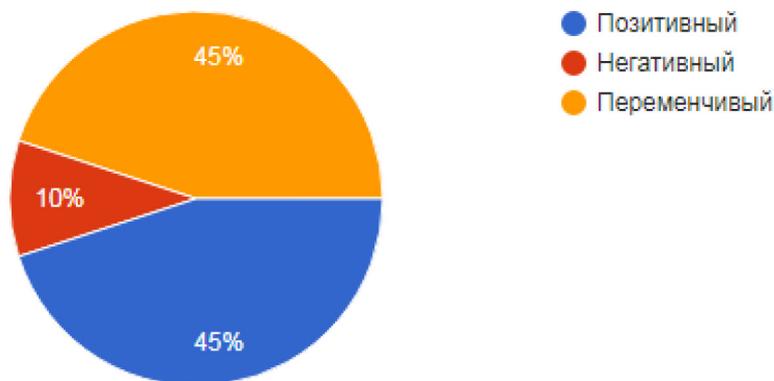


Рис. 2.

100 ответов



Рис. 3. Распределение ответов респондентов на вопрос «Обладает ли, на Ваш взгляд, Таганрог туристской привлекательностью?»

в дополнительных вложениях, по мнению абсолютного большинства — 77% респондентов.

И этой привлекательностью, по мнению опрошенных, город обязан богатому историческому прошлому (81,2% респондентов), архитектурному и эстетическому облику (51,5%) и уникальному климату и географическому положению (53,5%).

Несмотря на то, что город сегодня не позиционирует себя как морской курорт, всё же его расположение на берегу Азовского моря, мягкие климатические условия, южная природа остаются неотъемлемой частью его образа.

Большинство опрошенных (78,8%) оценивают развлекательную инфраструктуру города как «развитую, но нуждающуюся в дополнительных вложениях», а вот оценка респондентами уровня благоустройства города в местах отдыха туристов отнюдь невысока. Почти половина опро-

шенных характеризует его как «недостаточный» (51%), а 29% — как «низкий».

Устное интервьюирование на втором этапе исследования выявило, что принявшие в опросе коренные таганрожцы в возрасте от 41 до 60 лет в своей основной массе считают периодом расцвета туристской привлекательности Таганрога промежуток времени примерно с 1975 года по 1982 год, когда и две последние позиции заслуживали высокой оценки, и интерес населения как к внутреннему, так и выездному туризму был значительно выше по причине ценовой доступности туристских услуг.

Кроме того, опрошенные высказали ряд пожеланий в отношении необходимых мер по повышению туристской привлекательности города. Согласно им, последние должны быть направлены на повышение уровня благоустройства города и хотя бы частичное решение экологической проблемы Азовского моря в пределах акватории

Таганрогского залива; реконструирование исторических зданий и памятных мест; повышение качества гостиничных услуг до европейского уровня; развитие структуры общественного питания на туристических маршрутах; создание на территории города сети бесплатных общественных туалетов; разработку новых туристических маршрутов и увеличение числа экскурсионных и развлекательных объектов.

Принятие предложенных мер действительно необходимо для формирования и продвижения туристского бренда Таганрога. Однако же реализация развёрнутой программы за счёт бюджетных средств представляется трудно осуществимой: туриндустрия города нуждается в притоке инвестиций и оригинальных бизнес-идеях.

Литература:

1. Волков, С.К. Анализ туристской привлекательности г. Волгограда с точки зрения теории Джона Урри/С.К. Волков // Известия Волгоградского государственного технического университета. — 2013. — № 17 (120). — с. 113–118.
2. Исследования в сфере туризма: [Официальный портал Администрации города Таганрога]: <https://tagancity.ru/uploads/documents/economy/turizm/Rezissl.pdf>
3. Першина, Н. В., Угрюмова С. В. К вопросу о туристской привлекательности территории// Молодой учёный. — 2016. — № 16 (120) — с. 187–189
4. Глебова, И. С. Анализ туристской привлекательности города и возможности ее повышения (на примере г. Казани) / И. С. Глебова // Ученые записки Казанского государственного университета. Гуманитарные науки. — 2010. — Том 152, кн. 4. — с. 214–227.
5. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация// Массовая культура: современные западные исследования. — М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры». 2005. с. 136–150.

ПСИХОЛОГИЯ

Влияние тимбилдинга на психологический климат в туристской компании «GRAND WAYS TOUR»

Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент, профессор РАЕ;

Миниханова Евгения Викторовна, магистрант;

Миниханова Светлана Викторовна, магистр, старший преподаватель

Казахская академия спорта и туризма (г. Алматы, Казахстан)

Статья посвящена совершенствованию психологического климата коллектива через различные виды тимбилдинга. Исследование осуществлялось в рамках магистерской диссертации Минихановой Е.В. на базе туристской компании «GRAND WAYS TOUR». Результаты исследования показали, что с помощью различных видов тимбилдинга психологический климат персонала туристской компании улучшился, повысилась эффективность командной работы, произошло сплочение коллектива, повысилась мотивация на достижение коллективных целей.

Ключевые слова: тимбилдинг, психологический климат, виды тимбилдинга, корпоративные связи, мотивация персонала.

Для того, чтобы организовать успешный рабочий процесс в туристской компании, мало просто нанять персонал, который будет отвечать за определенный участок работы. Персонал туристской компании должен быть единой командой. Всем известно давно, что сплоченный и дружный коллектив составляет основу компании. Если команда профессионалов по — настоящему дружна и сплочена — она сможет сделать намного больше, чем несколько отдельно взятых гениев. Возможно, что правильно подобранные люди все равно со временем смогут найти общий язык и сработаются. Но время будет потеряно [1].

Благоприятный психологический климат создает условия для повышения производительности труда, снижения текучести кадров, удовлетворенности работников трудом и коллективом, т. е. дает ощутимый социально-экономический эффект.

Психологический климат возникает спонтанно. Но хороший климат не является простым следствием провозглашенных девизов и усилий отдельных руководителей. Он представляет собой итог систематической **воспитательной работы** с членами коллектива, осуществление специальных мероприятий, направленных на организацию отношений между руководителями и подчиненными.

Изучив психолого-педагогическую и специальную литературу по сплочению коллектива, мы остановились на **тимбилдинге**, который начали внедрять в нашу организацию с 2016 года.

Основной задачей Тимбилдинга является помощь в ускорении процесса «построения команды» (знакомство сотрудников между собой, создание условий для неформального общения; повышение эффективности командной работы; повышение уровня взаимодействия между сотрудниками; сплочение коллектива; оценка роли каждого «игрока» в команде; выявление лидеров, аутсайдеров; расширение навыков решения нестандартных ситуаций; повышение мотивации на достижение коллективных целей; снятие стресса, усталости; возможность для сотрудников почувствовать себя в новой роли).

Тимбилдинг — это методика развития плодотворных отношений в трудовом коллективе. С помощью тимбилдинга мы становимся свободны от надуманных игр и напыщенных официальных торжеств, которые порой не дают нужного эффекта сплочения коллектива.

Для успешного сплочения сотрудников в нашей туристской компании, поддержания нормального психологического климата мы используем **тимбилдинг** в разнообразных его видах:

Кроме этого мы **соединили методику тимбилдинга с шоу-программой**, которая не только произвела на наших подчиненных должный эффект, но и позволила окунуться в новый и удивительный мир развлечений.

На этой методике мы хотели бы более подробно остановиться.

Прежде чем приступить непосредственно к методике тимбилдинга с шоу-программой, мы изучили персонал



Рис. 1. Виды тимбилдинга, применяемые в туристской компании «GRAND WAYS TOUR»

туристской компании «GRAND WAYS TOUR», проанализировали общение персонала между собой, уровень конфликтности в коллективе, провели тестирование и выявили лидеров и аутсайдеров [3].

Результаты эксперимента показали, что уровень конфликтности среди персонала компании составляет 75%, единство и сплоченность составляет 25%, а работа в команде на низком уровне. Отсюда низкий результат коллективной работы туристской компании [2].

В связи с этим, мы как руководители компании, поставили перед собой цель «построения команды» и соответственно определили круг задач (рисунок 2):

После проведенного исследования весь персонал был ознакомлен с результатами. Коллектив компании узнал о психологических проблемах внутри компании и достаточно хорошо пошел на контакт для их решения. И поскольку в компании работают в основном женщины в возрасте от 21 до 45 лет, то оптимизацию межличностных отношений в коллективе мы решили провести с помощью *кулинарного тимбилдинга*. Данное мероприятие мы проводили в форме творческой познавательной игровой программы, основная идея которой заключалась в совместном приготовлении различных блюд из национальных кухонь мира.



Рис. 2. Задачи «построения команды» в туристской компании «GRAND WAYS TOUR»

Персонал был разбит на несколько мини команд. Главной целью этого мероприятия была разработка эффективной системы взаимодействия участников команды, направленная на совместное решение творческой задачи, которая, в свою очередь, заключалась в приготовлении одного или нескольких блюд из заранее выбранной национальной кухни.

В ходе организации и проведения кулинарного тимбилдинга мы обратили внимание, что совместная деятельность участников команд помогла им раскрепоститься, сблизиться и начать действовать более слаженно. Дистанция между членами коллектива сократилась. Психологический климат несколько улучшился. Кроме этого, такой вид тимбилдинга способствовал приобретению необходимых в повседневной жизни навыков приготовления пищи (все-возможные салаты, горячие блюда, суши, роллы и др.).

Следующим этапом мы решили провести **кулинарный «карвинг»**. «Карвинг» в переводе с английского означает «вырезание». В кулинарии — это искусство художественной резки по фруктам и овощам. Данная шоу-программа дала нашим работникам хорошее настроение, новые навыки, снятие напряженности. Мы же смогли выявить психологические аспекты общения между сотрудниками — (вежливость; тактичность; корректность; доброжелательность, которые необходимы не только между сотрудниками, но и в работе с клиентами). Умение общаться с клиентами является самым важным и необходимым качеством для работника индустрии туризма. Подлинный профессионализм опирается на такие

моральные нормы, как долг, честность, требовательность к себе и коллегам, ответственность за результаты своего труда.

Культура обслуживания диктуется политикой предприятия, поддерживается системой поощрений персонала обслуживания и рядом других мероприятий. Сегодня распространено понимание культуры обслуживания в узком смысле как совокупность правил вежливости (этики поведения). Моральная ответственность работников значительно возрастает, если их работа связана с людьми. При этом от их труда зависит самочувствие, настроение и здоровье клиентов. Труд таких работников не может быть строго формализован. От них требуются не только высокая квалификация, но и глубокое осознание своего морального долга перед людьми. Здесь долг превращается в нравственную потребность.

В нашей туристской компании умению общаться с клиентами мы уделяется особое внимание. Весь персонал, в первую очередь те работники, которые постоянно общаются с клиентами, проходят специальное обучение: персонал учит, как общаться с разными клиентами, говорить по телефону, выслушивать жалобы и т. п.

Однако для того, чтобы персонал умел правильно работать с клиентами он сам должен быть одной командой. В результате внедрения тимбилдинга во всех его видах в нашу компанию психологический климат коллектива пошел на улучшение, что в настоящее время дало положительную динамику на сплочение коллектива туристской компании «GRAND WAYS TOUR».

Литература:

1. Прокофьева, М. А., Власова А. Ф. «О структурированном методе приема персонала в индустрию гостеприимства с учетом морально-психологического климата коллектива». Материалы Международной научно-практической конференции «Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России». Москва: РГУФКСМТ, 9–10 марта 2017 год. (стр. 556–561).
2. Прокофьева, М. А., Миниханова Е. В. Диагностика психологического климата в коллективе туристской организации. География в школах и вузах Казахстана. Республиканский научно-методический журнал № 5 (77) сентябрь-октябрь 2017 года. с. 54–59.
3. Прокофьева, М. А., Кари А. А. «О профессиональных компетенциях руководителя туристской организации в управлении психологическим климатом персонала». (стр. 561–567).

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Влияние биогенной воды на динамику изменения аэробной способности организма спортсменов высокой квалификации

Жидовинова Анна Вячеславовна, магистр, преподаватель
Казахская академия спорта и туризма (г. Алматы)

Автором статьи представлены результаты диссертационного исследования о влиянии биогенной воды на работоспособность спортсменов. В ходе эксперимента использовалась вода, активированная световым излучением гелий — неоновой лазера с длиной волны 633 нм, полученная по методу, предложенному В. М. Инюшиным. В каждую порцию воды, которую получали спортсмены, добавлялось 5–7 капель препарата «АЙКО». В результате постоянного применения данного раствора, в качестве стимулирующего средства, наблюдалось повышение работоспособности при выполнении тренировочных нагрузок и замедление развития процессов утомления. Учитывая, что использованный метод не имеет характера допинга, он может быть использован в спортивной практике для повышения результативности спортсменов.

Ключевые слова: биогенная вода, гелий-неоновый лазер, аэробные способности.

Непрерывный рост спортивных результатов в значительной степени определяется наращиванием объема и интенсивности тренировочных нагрузок во всех без исключения видах спорта. Возможный дальнейший рост спортивных показателей ограничивается объективными показателями возможности энергопродукции в тканях организма и охранительными физиологическими системами, выражающимися в развитии мышечного и нервного утомления. Специфическая деятельность спортсменов сопровождается сложными функциональными перестройками, возникающими на фоне выраженного физического и психоэмоционального напряжения. В связи с этим следует очень осторожно и крайне индивидуально применять различные средства повышения спортивной работоспособности организма спортсменов в период достижения высокой спортивной формы. Это связано еще и с тем, что период характеризуется очень тонкой координацией различных психофизиологических и физиологических функций. Поэтому в период достижения спортивной формы может быть снижен уровень спортивной работоспособности как неадекватными тренировочными нагрузками, так и комплексами восстановительных средств.

В настоящее время происходит внедрение новых эффективных технологий, в качестве средств повышения работоспособности спортсменов. Это объясняется объективными причинами: существенно ужесточились требования к выполнению технических элементов в сложнокординационных видах, резко возросла интенсивность выполнения тренировочных заданий в циклических видах

спорта, изменилась тактика ведения борьбы в спортивных играх и единоборствах.

При прямом воздействии и воздействии через препараты, заряженные лазерным светом на организм спортсмена наблюдаются: повышение уровня физической работоспособности, увеличение содержания бета — эндорфина в крови, что детерминирует активацию эндогенной опиоидной системы, определяющей многие функции организма, в том числе связанные с выполнением мышечной деятельности, повышение активности автономного контура регуляции кардиоритма, что свидетельствует о большой эффективности функционирования сердечно — сосудистой системы. Кроме этого улучшается локомоторная функция суставов. Инфракрасное лазерное излучение имеет нормализующий характер.

В этой связи представляется интересным изучение влияния биогенной (активированной) воды, активированной световым излучением гелий — неоновой лазера с длиной волны 633 нм, полученной по методу, предложенному В. М. Инюшиным [2,3, 4, 5, 6].

Исследование по влиянию биогенной воды на динамику изменения аэробной способности организма спортсменов высокой квалификации, проводилось на базе Республиканского колледжа спорта (г. Алматы). В эксперименте участвовали спортсмены добровольцы отделения — фехтование (специализация — сабля), легкая атлетика (специализация 5–10 км), тяжелая атлетика (весовая категория 70;76 кг). В проведенных экспериментальных исследованиях приняли участие 18 спортсменов мужского

пола в возрасте от 18 до 20 лет. Испытуемые были поделены на две группы. В экспериментальную группу вошли 9 спортсменов, которые принимали препарат «АЙКО», являющийся концентратом гидроплазмы биогенной воды. Контрольную группу составили 9 спортсменов, которые не принимали препарат «АЙКО». Методика приема препарата была согласована с изготовителями, согласно которой испытуемые экспериментальной группы принимали 5–7 капель препарата на полстакана воды 1 раз в день в течение 30 дней.

Для определения динамики изменения аэробной способности организма спортсменов экспериментальной и контрольной групп, нами была проведена проба на определение максимального потребления кислорода (МПК) по Гарвардскому степ — тесту, до и после принятия пре-

парата «АЙКО», который является концентратом гидроплазмы биогенной воды.

Анализ полученных нами данных показал, что показатель МПК в экспериментальной группе спортсменов отделения — легкая атлетика (Рисунок 1) в начале эксперимента в среднем соответствовал $3,9 \pm 0,2$ л., на момент окончания эксперимента среднее значение МПК равнялось $4,1 \pm 0,2$ л, что выше первоначального показателя в среднем на 0,2 л. В контрольной группе, наблюдались следующие изменения в аэробных способностях организма легкоатлетов (Рисунок 2), на начало эксперимента среднее значение МПК равнялось $3,4 \pm 0,3$ л. К концу эксперимента среднее значение МПК соответствовало $3,5 \pm 0,1$ л., что превышает первоначальный показатель в среднем на 0,1 л.

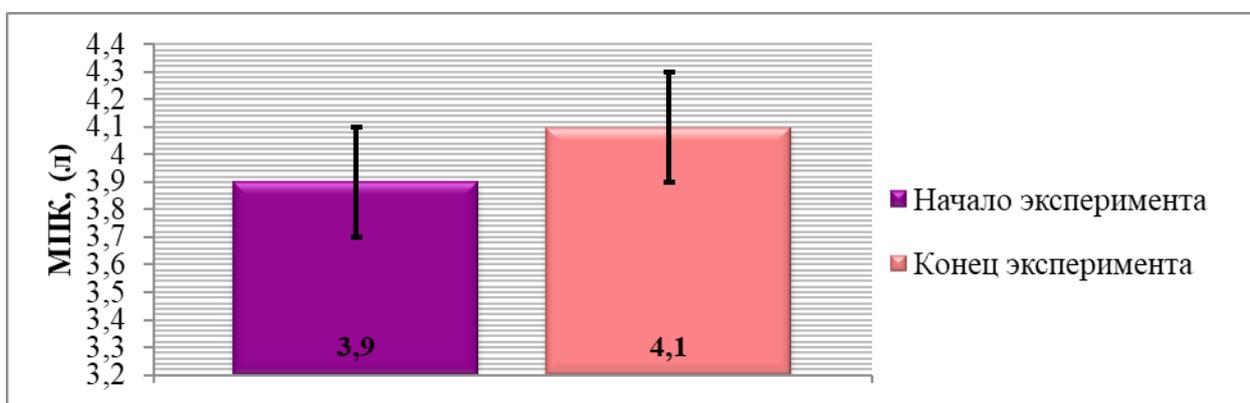


Рис. 1. Показатели МПК у спортсменов экспериментальной группы отделения — легкая атлетика

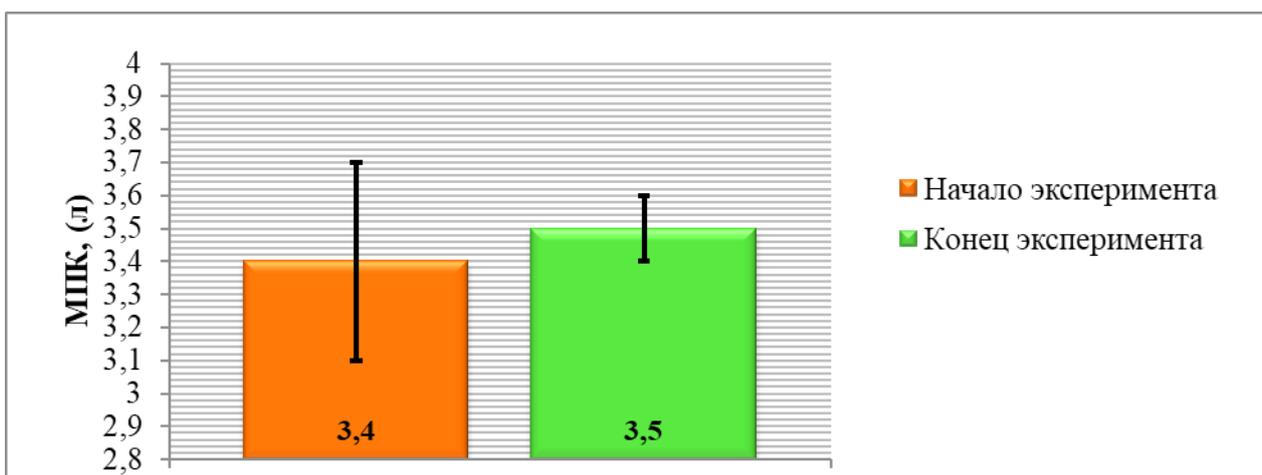


Рис. 2. Показатели МПК у спортсменов контрольной группы отделения — легкая атлетика

В отделении — тяжелая атлетика в ходе эксперимента были получены следующие данные, в экспериментальной группе (Рисунок 3) в начале эксперимента уровень МПК в среднем соответствовал $3,3 \pm 0,3$ л., в конце проведения эксперимента среднее значение МПК равнялось $3,5 \pm 0,2$ л, что выше первоначального значения в среднем на 0,2 л. Что касается контрольной группы, то

здесь наблюдались следующие изменения в аэробных способностях организма (Рисунок 4), на начало эксперимента среднее значение МПК равнялось $3,1 \pm 0,3$ л. На момент окончания эксперимента среднее значение МПК соответствовало $3,3 \pm 0,4$ л. В ходе проведения эксперимента наблюдалось повышение уровня МПК в среднем на 0,2 л.

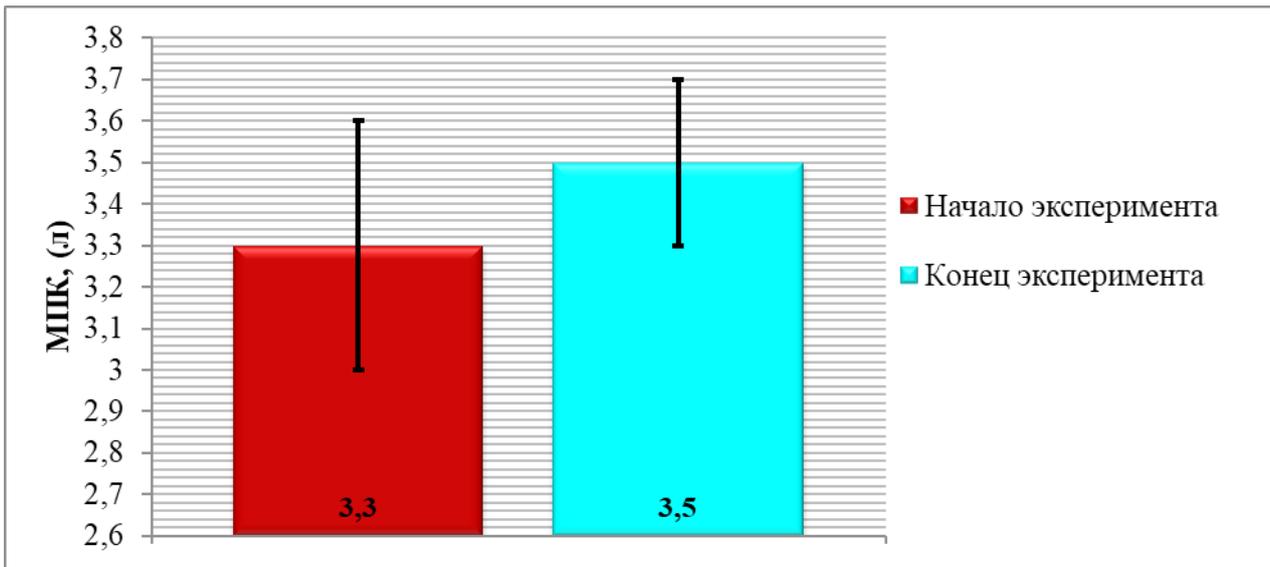


Рис. 3. Показатели МПК у спортсменов экспериментальной группы отделения — тяжелая атлетика

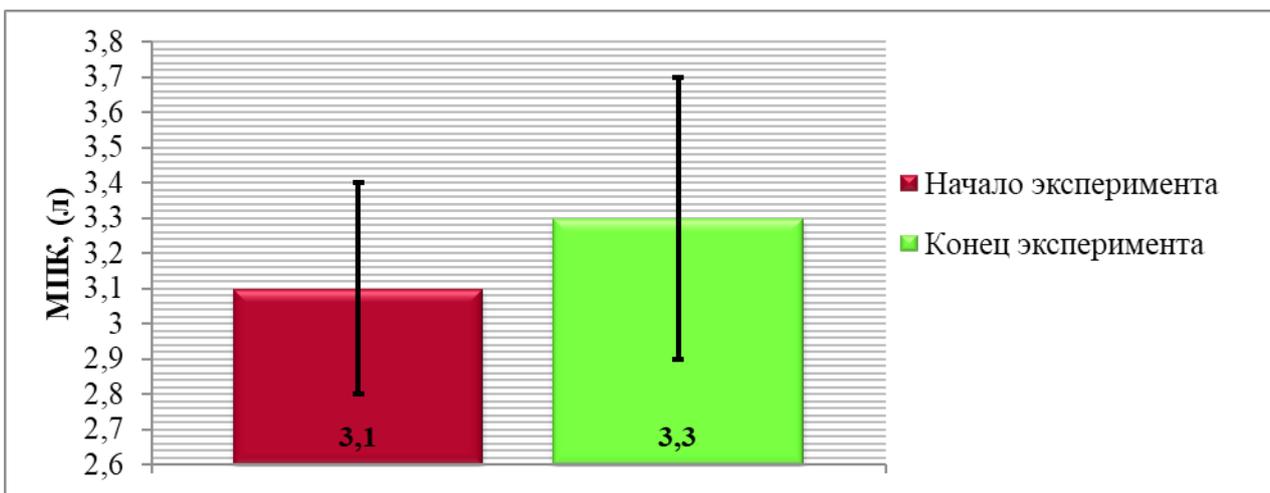


Рис. 4. Показатели МПК у спортсменов контрольной группы отделения — тяжелая атлетика

В ходе эксперимента в отделении — фехтование были получены следующие данные, в экспериментальной группе (Рисунок 5) в начале эксперимента уровень МПК в среднем соответствовал $3,1 \pm 0,1$ л, в конце эксперимента среднее значение МПК равнялось $3,4 \pm 0,05$ л, что выше первоначального уровня МПК на $0,3$ л. В контрольной группе наблюдались следующие изменения в аэробных способностях организма (Рисунок 6), на начало эксперимента среднее значение МПК равнялось $3,5 \pm 0,4$ л. К концу эксперимента среднее значение МПК соответствовало $3,7 \pm 0,3$ л, что выше первоначального уровня МПК в среднем на $0,2$ л.

В ходе проведения эксперимента у спортсменов экспериментальной и контрольной групп отделения легкая атлетика в конце эксперимента наблюдалось повышение уровня МПК, что говорит о способности дыхательной системы к адаптации по мере повышения нагрузки в циклической работе аэробной мощности. Однако у спортсменов

экспериментальной группы уровень МПК поднялся на $5,1\%$, что на $2,2\%$ больше чем в контрольной группе. В отделении тяжелая атлетика у обеих групп в конце эксперимента наблюдалось повышение уровня МПК на 6% , что говорит о способности дыхательной системы к адаптации при выполнении работы скоростно-силового характера. У спортсменов экспериментальной группы отделения фехтования в ходе эксперимента уровень МПК поднялся на $9,7\%$, что на 4% больше чем в контрольной группе.

Таким образом, проведенное нами исследование показало, что у спортсменов отделения — легкая атлетика в экспериментальной группе в конце эксперимента уровень МПК был больше на $2,2\%$ по сравнению с контрольной группой. У спортсменов отделения фехтование, также наблюдалось повышение МПК в экспериментальной группе, по сравнению с контрольной на 4% . [1]

У спортсменов отделения тяжелая атлетика не наблюдалось разницы в увеличении уровня МПК между кон-

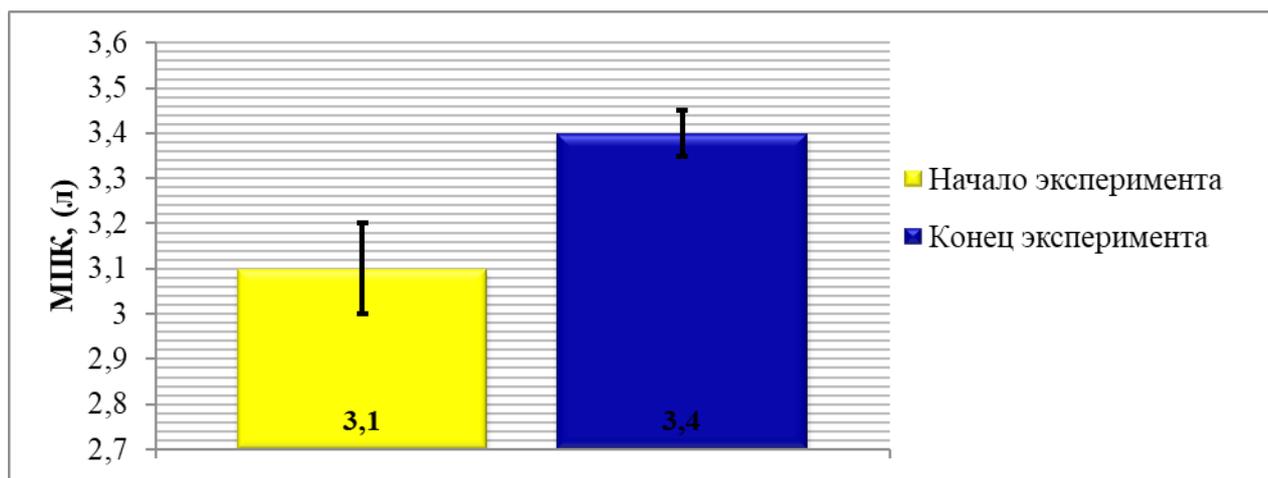


Рис. 5. Показатели МПК у спортсменов экспериментальной группы отделения — фехтование

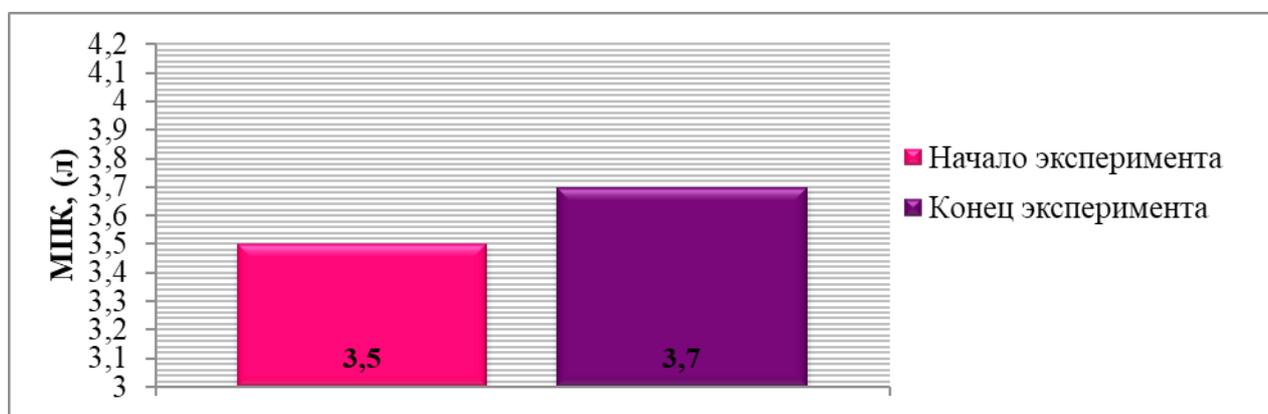


Рис. 6. Показатели МПК у спортсменов контрольной группы отделения — фехтование

трольной и экспериментальной группами, что позволяет сделать вывод о том, что концентрат гидроплазмы биогенной воды «АЙКО» оказывает положительное влияние на повышение аэробных способностей у спортсменов спортивных единоборств и циклических видов спорта.

Предложенная методика воздействия биогенной водой эффективна и проста в применении (как в условиях тренировочного процесса, так и в условиях соревновательной

деятельности) может быть использована в практической деятельности тренеров спортивных школ и центров олимпийской подготовки. При планировании и проведении учебно-тренировочного процесса для достижения наилучших спортивных результатов у лиц, выполняющих физическую нагрузку во время подготовки к ответственным соревнованиям необходимо учитывать влияние биогенной воды на динамику изменения аэробной способности организма спортсменов высокой квалификации.

Литература:

1. Жидовинова, А. В. Исследование влияния биогенной воды на показатели функциональной подготовленности спортсменов высокой квалификации: магистерская дис. — Алматы. — 2014. — 97 с.
2. Волкова, А. А. Влияние низкоинтенсивного лазерного излучения на функциональное состояние организма лыжников — гонщиков: дис. канд. биологических наук. — Смоленск. — 2011. — 154 с.
3. Лифке, М. В. Динамика гормонального статуса спортсменов различной квалификации, выполняющих физическую нагрузку умеренной интенсивности на фоне лазерного воздействия: дис. канд. мед. наук. — Курск. — 2009. — 151 с.
4. Малашенко, М. М. Низкоинтенсивное лазерное излучение в комплексном лечении повреждений капсульно — связочного аппарата коленного сустава у спортсменов: дис. канд. мед. наук. — М. — 2009. — 127 с.

5. Прокопюк, З. Н. Устойчивость организма спортсменов к гипоксии и ее коррекция низкоинтенсивным лазерным воздействием: дис. канд. биологических наук. — Смоленск. — 2010. — 164 с.
6. Творогова, А. В. Биологические эффекты спектральной фототерапии: автореф. дис. канд. биологических наук. — М. — 2009. — 94 с.

Развитие комплекса ГТО. История и современность

Карчага Екатерина Сергеевна, студент
Донской государственной технической университет (г. Ростов-на-Дону)

В здоровом теле здоровый дух! Здоровье определяется как полное физическое, психическое и социальное благополучие. Помимо этого определяет способность человека к труду и его развитие личности. Активная долгая жизнь — это важная составляющая человеческого фактора. Познание окружающего мира, самоутверждение и счастье человека также зависит от его здоровья.

«Движение может заменить множество лекарств, но ни одно лекарство мира не заменит движения». Эти слова произнес много веков тому назад гениальный врач и философ средневекового Востока Абу Али Ибн-Сина (Авиценна) [2, с. 6].

Физическая культура и спорт представляют собой средства созидания гармонично развитой личности. Они помогают сосредоточить все ресурсы организма для достижения поставленной цели, повышают работоспособность.

Ключевые слова: «Готов к труду и обороне»

История ГТО. СССР

После Великой Октябрьской Революции начинается история развития комплекса «Готов к труду и обороне». Душевный подъем советских людей и их тяга к новому проявлялась во всех сферах. Спорт не является исключением. Инициативу создания Всесоюзного комплекса «ГТО» берет в свои руки комсомол, который играет основную роль в истории разработки новых методов и форм физического воспитания.

В 1930 году в газете «Комсомольская правда» было напечатано обращение. «Крепкие мышцы, зоркий глаз нужны каждому трудящемуся!» — говорилось тогда в обращении. Поступило предложение установить единые критерии для оценки физического состояния граждан. А тех, кто будет выполнять установленные требования — награждать значком. Призыв газеты вызвал горячий отклик. В редакцию потоком шли письма рабочих, ученых, крестьян. Инициатива комсомола быстро получила поддержку в широких кругах.

Всесоюзный физкультурный комплекс «Готов к труду и обороне СССР» (ГТО) только в 1931 году официально становится программной и нормативной основой системы физического воспитания для всей страны.

Комплекс «ГТО» как программная и нормативная основа физического воспитания населения развивает умение устойчиво концентрировать и переключать внимание, быстроту реакции, а также смелость, решительность, выдержку, находчивость, волю и другие важные духовные качества личности. Программа объединяет в систему разнообразные средства и методы, направленные на совер-

шение физических и тесно связанных с ними духовных и интеллектуальных сил человека, [2, с. 7].

«ГТО» решает 2 главные задачи — повышение общего уровня здоровья населения, и создание определенной прослойки в обществе, всегда готовой к военной обороне. Проработанная четкая система нормативов создавала соревновательность. Дети, подростки, старались превзойти своих соперников, нормативы и собственный результат. «ГТО» является мощным стимулом, чтобы начать заниматься спортом. Когда человек готовится к сдаче нормативов, он испытывает ответственность за результат, тренируется более усердно. Любая тренировка выполнения нормативов развивается все группы мышц. При этом увеличивается выносливость, развивается координация и умение рассчитывать на свои силы и потенциал.

Задача создать группу людей, всегда готовых к обороне государства заключалась не увеличить потенциал до максимума, а привести всех жителей СССР в единую спортивную подготовку, чтобы каждый мог поднять ящик с патронами, в случае чего перелезть через забор, или проползти под колючей проволокой. Для военного противостояния важно, чтобы все бойцы были одинаково сильны. «ГТО» включал такие нормативы, чтобы каждый умел плавать, лазить по деревьям, метко стрелять.

За отличные результат по сдаче нормативов гражданин был награжден значком «ГТО». В 1931 году таких счастливых история насчитывает 24 тысячи.

Значок могли получить только мужчины старше 18 лет и женщины старше 17 лет. Первый комплекс включает только одну степень, в которую входило 21 испытание, в том числе бег, прыжки, метание гранаты, подтягивание,

плавание, умение грести, верховая езда и др. Обязательно 5 из них носили практический характер. Теоретические испытания подразумевали знание основ физкультурного самоконтроля, истории спортивных достижений, оказание первой помощи.

Получение значка давало возможность поступить в высшее учебное заведение на специальность физического направления на льготных условиях, а также преимущество в праве участвовать в физкультурных праздниках и соревнованиях всесоюзного, республиканского и международного уровней. Но на этом история спортивного комплекса в России не заканчивается. И уже в 1934 году базовой ступенью комплекса стали нормативы БГТО — «Будь готов к труду и обороне». Помимо спортивных зачетов учащиеся должны были обладать знаниями по оказанию первой помощи, уметь проводить занятия по физкультуре и судить определенные виды спорта.

Интересный момент, что нормы «ГТО» удостоились даже поэмы. В 37-м году Самуил Маршак написал «Рассказ о неизвестном герое». Того самого, которого «ищут пожарные, ищет милиция, ищут фотографы». На майке парня, спасшего из огня ребенка, как раз был значок ГТО.

Со временем советское правительство утратило бдительность и перестало готовить всю нацию к тотальной войне. Нормативы ГТО, конечно, никто не отменял, но люди уже стало интересоваться больше не военно-спортивной подготовкой, а более мирные виды спорта, в том числе фигурное катание, футбол, хоккей, шахматы и домино.

По мере развития экономики человеческая жизнь приобретала все большую материальную ценность. Больного нужно лечить в государственных больницах, преждевременно умерший человек по понятным причинам переставал работать на государственном заводе или другом производстве. Советское правительство пришло к выводу, что здоровый человек лучше нездорового.

Это послужило поводом для пересмотра нормативов «ГТО» в 1972 году. Теперь основной упор делался не на подготовку солдат, а на поддержание хорошей физической формы человека.

Всесоюзный физкультурный комплекс делился на 5 возрастных ступеней:

I ступень — «Смелые и ловкие» — 10–11 и 12–13 лет. На этом этапе тренера икали будущих спортивных звезд. Отбирали для себя тех ребят, в которых видели потенциал на будущее, в которых были готовы вложить всё.

II ступень — «Спортивная смена» — 14–15 лет. Помимо спортивных дисциплин можно было сдать норматив на туристические навыки, отправившись в поход.

III ступень — «Сила и мужество» — 16–18 лет. От мальчиков требовалось выполнить нормативы, необходимые для службы в армии (в перечне категорий присутствовал марш-бросок).

IV ступень — «Физическое совершенство» — мужчины 19–28 и 29–39 лет, женщины 19–28 и 29–34 лет;

V ступень — «Бодрость и здоровье» — мужчины 40–60 лет, женщины 35–55 лет. Главной задачей этой категории было сохранить крепкое здоровье. Серебряных значков здесь не было, только золотые. [4, с. 22]

С 77-го года во все ступени добавили спортивное ориентирование.

Часто для сдачи нормативов устраивались спартакиады по многоборью для юношей призывного и допризывного возраста. С 1974 года организовывались чемпионаты СССР по «ГТО». Кто же будет информировать об этом мероприятии? Конечно же, газета «Комсомольская правда».

ГТО. Наши дни

Простые и общедоступные физические упражнения здоровью человека приносят только пользу и развитие. Нормативы «ГТО» принесли популярность комплексу среди населения.

С развалом СССР программа по развитию физической подготовке и поднятию духа бойца была остановлена. Однако возрождение произошло. В марте 2014 года вышел соответствующий указ Президента РФ. Прежнюю аббревиатуру решено было оставить в знак уважения к традициям прошлого. Планируется комплекс распространять по всей территории России, задействовав все возрастные группы. А с 2015 года комплекс является критерием для поступления в вузы. На внедрение полной системы потребуется около четырех лет. Но президент России Владимир Путин отмечает, что комплекс «ГТО» прививает детям спортивные навыки и любовь к физкультуре, значит время, потраченное на развитие комплекса, задействовано правильно и с пользой для жителей.

На сегодняшний день комплекс немного видоизменен. Среди нормативов исключены силовые, как это было в СССР. Вместо этого включена легкая атлетика, лыжные гонки, плавание, пулевая стрельба и туризм — они предоставляют учащимся право самим выбрать пять испытаний для сдачи.

Современные нормы представляют собой 11 ступеней для разных возрастных групп. Кроме того, существуют отдельно нормативы для мужчин и женщин.

4 ноября 2017 года в День Народного Единства в г. Ростов-на-Дону в спортивно-оздоровительном манеже ДГТУ была организована сдача норм «ГТО». Участниками были как студенты, так и любители спорта.

Гости Донского манежа сдавали 6 нормативов:

- бег;
- прыжок в длину;
- гибкость;
- подтягивание;
- пресс;
- стрельба

Своим упорством, настойчивостью и выносливостью удивили студенты «РКМиА». Эти ребята показали хорошие результаты, сдавая нормативы всей командой. Дух

дружбы и поддержки помогает при решении трудных проблем и сдачи норм «ГТО».

Правила сдачи нормативов демонстрировали организаторы данного мероприятия, по совместительству преподаватели ДГТУ кафедры «Физическая культура».

Здоровье, крепкая, гармонично развитая фигура, гибкость, сила и ловкость — это наиболее очевидные преимущества, которые получает школьник или молодой человек, занимаясь спортом. «ГТО» объединяет людей, помогает приобрести новых друзей и проверить на стойкость старых.

Надеюсь, что спортивно-оздоровительный комплекс «ГТО» постепенно приобретет значимость в молодёжной

среде, завоеует авторитет для всех без исключения. Безусловно, личным примером должны стать знаменитые атлеты, спортсмены разных видов спорта такие выдающиеся спортсмены как бывший Российский дзюдоист Носов Д. Ю., бывший Российский борец классического (греко-римского) стиля Карелин А. А., Емельяненко Ф. В. дзюдоист, самбист. И много других знаменитых личностей, которые будут дальше популяризировать «ГТО» в нашей стране.

«ГТО» — это не просто часть культурного наследия нации, это предмет ее гордости и действенное средство приобщения молодежи к духовным традициям своего народа.

Литература:

1. Горбунов, В. В.: Все на старты ГТО. — М.: Физкультура и спорт, 1978.
2. Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» (ГТО) — путь к здоровью и физическому совершенству / А. В. Царик — «Спорт», 2016
3. Комитет по физической культуре и спорту при Совете Министров СССР: Всесоюзный физкультурный комплекс «Готов к труду и обороне СССР». — М.: Физкультура и спорт, 1974.
4. Харабуга, Г. Д.: Всесоюзный физкультурный комплекс ГТО. — Л.: Знание, 1976.

ФИЛОЛОГИЯ

Specialized terminology as part of financial documents and its translation

Sanatova Aliya Bulatovna, master student
KAZGUU University (Astana, Kazakhstan)

Keywords: *financial terminology, financial translation, loanwords, direct translation, indirect translation, terminological collocations.*

The study of terminology is one of the most important research areas in the field of modern translation studies. A translator working in the field of financial translations should know methods of structuring relevant texts of different styles. Only in this case it can be said that a translator has the skills of financial translation. However, in order to conduct competent and professional translation mediation in intercultural cooperation and financial field there is a need to comply with one more condition, which is working through terms.

If the translation lacks correct transfer of notions, which form the area of knowledge in this case financial terminology, it is impossible to reach dynamic compliance. For this reason, particular attention is paid to the problem of translation of financial terms, the main methods of adequate translation at the terminology words level, and the ways of elimination of difficulties, which occur in translation of terms from different areas of knowledge.

Economic translation is one of the types of specialized translation. It is concerned with various materials on the theme of economics. Undoubtedly, economic-profile texts have their own peculiarities which influence significantly the process of translation and the result. First of all, the translation of economic texts is inevitably linked with the analysis of the economic system, its nature, content and form etc., since an economic text often represents various national economic systems, which are in turn part of the supranational economic system. The differences between economic systems are the main problem in this type of translation. For example, you may need to convey European economic realities using the Russian language.

In general, adequate translation should convey the content, style, overall message and mood of the original text. However, the translator should use the correct forms of the Russian language, i. e. its semantics and terminology, to reflect correctly the various lexical units, word combinations and phrases included in the text of the document. High-quality translation is translation where the translator has

managed to convey all the attributes of the original text in grammatically, orthographically and syntactically correct Russian.

However, it should be noted that there are some additional requirements when translating specialized texts. When translating such texts, certain rules, which may be considered as absolute, must be observed. On the one hand, they implicitly facilitate the work of the translator; but, on the other hand, they also create particular problems. Working with specialized texts, including terms and common vocabulary, the translator should not only comply with the morphological, syntactical and lexical norms of language for general purposes, but also take into account the norms of a specialized language intended to express specialized information and originally designed for professionals. A special feature of specialized translation is the presence of a multitude of syntagmatic units and complex terminological constructions that create problems in translation.

Translation of specialized economic terms presents a number of difficulties. Many terms consist of several lexical units, translation of which requires one not only to correctly inflect and pluralize nouns but also to locate correctly the elements of a complex combination. Although knowledge of terminology is not sufficient to perform translation, nevertheless knowledge of terminology plays an important role, since terms define and systematize concepts. They are original keys, organizing, structuring and coding specialized information.

Translation of the legislative, political and administrative documents of international organizations must be carried out with strict adherence to form and content. A high standard of professionalism on the part of the translator is indicated by repetitions and observance of the structure and style of the original text as put together in the official language of the international economic or financial institution.

The adequate transfer of economic realities from a foreign language to Russian requires if not specialized knowl-

edge then at least some background knowledge in the sphere of economics, as well as an idea of the current picture of economics in the world. Otherwise the translator cannot adequately convey the contents of documents and economic texts.

Financial documentation translation is one of the hardest types of documentation translation, as it requires high level of language proficiency, considerable interest towards the tiniest details and awareness of legal and financial spheres of both countries. Moreover, an important role in the process of financial documentation translation from one language to another is played by the correct choice of industry-specific terms, because along with number values they are key elements of a banking agreement.

Among dynamically developing term systems «finance» is of particular interest, as currently financial activities are closely related to our daily life. It can be observed that people use financial terms such as ATM machine, exchange rate, transaction, transfer, cheque, loan, etc. formerly applied exclusively as financial industry terms, in everyday speech with increasing frequency. Financial terminology mostly expands due to borrowings from English language [1]. This phenomenon is attributable not only to the international status of English, but also to the well-developed United States banking system. At first English-language terms are assimilated into oral speech, and later into writing. A remarkable example of such assimilation is the word «bank» itself. It derives from the Italian word «banco», which means «table», and it has now become international.

Thus, one of the features of financial terminology is the large number of loanwords and international expressions, which to a certain extent facilitate translator's work with financial documents.

In terms of translation financial vocabulary is currently one of the most complex, as almost all of its elements «lack the necessary precision and clarity, are not set out due to relevant terminology standards, and may have different explanations» [2].

For instance, such terms as, advance, asset, stock, arrestment, base, balance, bank, bond, budget, deposit, buying-out, carve-out, charge, loan, cash desk, payment, inpayment, cheque, payout, rate, account, premium, turnover, invoice and others we refer to consubstantial terms, as they are both in specialized terminology dictionaries and usual dictionaries.

For a more detailed consideration of the issue on particular features of operation of banking terminology, the structural classification of terms proposed by L. B. Tkachyova should be addressed:

- 1) Simple
- 2) Complex
- 3) Terminological collocations: coherent and free
- 4) Phrasal [3].

According to L. B. Tkachyova, there are simple, complex and phrasal terms, in which links are expressed by conjunctions and prepositions, and terminological collocations of

two types: coherent and free. Coherent means «fixed multicomponent terminological collocation, in which replacing elements without violation of integrity of the whole collocation is impossible»⁹. In free terminological collocations «replacing one or two elements by synonyms without violation of semantic integrity of the whole collocation is possible»⁹. In the terms of translation, terminological collocations are of special interest as they cause certain difficulties with understanding of its components.

Thus, it should be noted that banking terminology is constantly exposed to changes and adjustments. For example, it can be said with confidence that quantitative composition of financial terminology constantly grows due to borrowings from other languages, particularly English. First and foremost, it is related to the use of international words of Greek and Latin languages, as well as the early occurrence and development of monetary and exchange relations in countries of Western Europe. The L. B. Tkachyova's classification consisting of simple, complex, and phrasal terms, as well as terminological collocations, allows systematizing different types of terms.

Translation of all types of industry-specific terms is usually performed through selection of corresponding term, and represents a «logic chain of operations» [4], which includes determining the type of a term and subsequent analysis in accordance with its type. For example, in translation of terminological collocations their structure and main word can change. In translation of individual words various translation methods are used¹⁰. Among them are transformational methods.

Many translation experts, among them L. S. Barkhudarov, V. N. Komissarov, A. D. Shveytser, R. K. Minyar-Beloruhev, Y. I. Retsker, and others considered this type of translation, however to date there is no universal treatment of this concept. In our deliberations, we addressed some of those definitions.

For example, according to L. S. Barkhudarov, «translation transformations are numerous and qualitatively various transformations required for the equivalency of an original text and its translation, despite discrepancies in formal and semantic systems of languages» [5].

A. D. Shveytser in turn talks about «relation between original and final language expressions, and replacement of one from by another during translation» [6].

In view of the above definitions, the «translation transformation» term is translated differently. Just as the concept of transformation in translation its types differ, and each theoretician has his own systematization. In the present study, analysis was conducted in accordance with the transformations classification of L. S. Barkhudarov. Under this classification all types of transformation methods of translation can be grouped into four basic types, namely: 1. Transposition; 2. Replacements; 3. Additions; 4. Omission. In this case Replacements will include: 1) lexical replacements: substantiation, generalization, replacement of a consequence by a cause, and vice versa; 2) replacements of word forms; 3) re-

placements of parts of speech; 4) replacements of sentence parts; 5) syntactical replacements in complex sentences (including sentence integration and fragmentation); 6) antonymic translation; 7) compensation.

Proceeding from the aforementioned information, translation of banking terminology has a number of features. Some of them complicate, others facilitate a translation process. For instance, international expressions significantly facilitate understanding and transfer from one language to another; however, due to often found homonymy a translator comes across difficulties with correct understanding and transmission of the meaning. Moreover, various types of financial terms appear in written translation. According to the classification of L. B. Tkachyova, each term and terminological collocation has its own specific features of translation. For example, collocations are usually transferred using direct translation, while separate words are subjected to application of transformational methods. In this section of the study we considered various approaches to defining a translation transformation, and singled out the classification proposed by L. S. Barkhudarov.

Banking documentation is subject to rigorous financial reporting, and specificity of information it presents increases the responsibility of a translator towards a customer. It should be noted that even seemingly minor inaccuracy in translation can lead to a negative outcome related to a financial loss. Thus, in order to deliver a qualitative translation of texts, a specialist should pay particular attention to tiniest details, be scrupulous, and be proficient in specialized terminology.

For the qualitative translation of banking documentation besides accuracy in terminology translation of great importance is a need to know specific features of writing state official financial documents in the target language. Nevertheless, in conducting equivalence translation losses are unavoidable; however, there is a set of methods and techniques,

which allow reaching translation adequacy. Currently, there are lots of various strategies and methods, proposed by translation theoreticians of various periods. In the present studies we considered some of them.

Among the foreign theories on methods of translation the idea of Jean Darbelnet and Jean-Paul Vinay was marked. They considered two groups of translation techniques: a) direct translation methods: b) indirect translation methods. The first group includes: direct translation, calquing and borrowings. The second: equivalence (transmission of a plot in other words); transposition (replacement of parts of speech); adaptation (replacement of parts); modulation (point of view change).

Translation methods and strategies considered by a well-known expert in the field of translation studies Peter Newmark should also be noted. The main distinction of his theories is their close relation to translation practice. This means that the theories and recommendations on translation that he has developed are practical. Based on the types of translation texts and strategies P. Newmark proposed two translation methods: «communicative and semantic». That way, the communicative method is based on giving the impression as close as possible to original. The first method is focused on the attitude of a reader to communicated information, while the second is focused on the initial value of this information and author's intentions. Newmark notes that the communicative method ensures the transfer of information in familiar for the reader form, as it is fully oriented towards his perception. Contrary to the communicative, the semantic method maintains features of original cultural framework. This method is more complex and detailed; it is aimed at transferring the whole specificity of the author. Despite the theory author highlighted the need to choose communicative translation in certain situations, he actually prefers semantic translation.

References:

1. Naydenova N. S. Banking and financial documentation. — Higher school: 2010. P. 180.
2. Trifonova Y. N. Banking terms polysemy. — Omsk: 2004.
3. Tkachyova L. B. Major Patterns of English Terminology. — Tomsk: 1987. P. 37.
4. Davydkina N. A, Khmeleva A. S. Specific Features of Translation of Economic Terms from Russian into English Language // Urgent issues of science, economics, and education of the XXI century: proceedings of the II International Research and Practical Conference, 2012.
5. Barkhudarov L. S. Language and Translation. Issues of general and specific theories of translation. M.: Mezhdunarodnye otnosheniya: 1975, P. 190.
6. Shveytser A. D. Teoriya perevoda: Status, Problems, Aspects — M. Nauka: 1988., P. 118.
7. Bell Roger. Translation and Translating: Theory and Practice: Longman. — London and New York: 1991.
8. Newmark P. A Textbook of Translation. — London: Prentice Hall: 1998.

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал
Выходит еженедельно
№ 10 (196) / 2018

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

Ахметов И. Г.

Члены редакционной коллегии:

Ахметова М. Н.
Иванова Ю. В.
Каленский А. В.
Куташов В. А.
Лактионов К. С.
Сараева Н. М.
Абдрасилов Т. К.
Авдеюк О. А.
Айдаров О. Т.
Алиева Т. И.
Ахметова В. В.
Брезгин В. С.
Данилов О. Е.
Дёмин А. В.
Дядюн К. В.
Желнова К. В.
Жуйкова Т. П.
Жураев Х. О.
Игнатова М. А.
Калдыбай К. К.
Кенесов А. А.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кошербаева А. Н.
Кузьмина В. М.
Курпаяниди К. И.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Матвиенко Е. В.
Матроскина Т. В.
Матусевич М. С.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
Паридинова Б. Ж.
Прончев Г. Б.
Семахин А. М.
Сенцов А. Э.
Сенюшкин Н. С.
Титова Е. И.
Ткаченко И. Г.
Федорова М. С.
Фозилов С. Ф.

Яхина А. С.

Ячинова С. Н.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Атаев З. В. (Россия)
Ахмеденов К. М. (Казахстан)
Бидова Б. Б. (Россия)
Борисов В. В. (Украина)
Велковска Г. Ц. (Болгария)
Гайич Т. (Сербия)
Данатаров А. (Туркменистан)
Данилов А. М. (Россия)
Демидов А. А. (Россия)
Досманбетова З. Р. (Казахстан)
Ешиев А. М. (Кыргызстан)
Жолдошев С. Т. (Кыргызстан)
Игисинов Н. С. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Колпак Е. П. (Россия)
Кошербаева А. Н. (Казахстан)
Курпаяниди К. И. (Узбекистан)
Куташов В. А. (Россия)
Кыят Э. Л. (Турция)
Лю Цзюань (Китай)
Малес Л. В. (Украина)
Нагервадзе М. А. (Грузия)
Прокопьев Н. Я. (Россия)
Прокофьева М. А. (Казахстан)
Рахматуллин Р. Ю. (Россия)
Ребезов М. Б. (Россия)
Сорока Ю. Г. (Украина)
Узаков Г. Н. (Узбекистан)
Федорова М. С. (Россия)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)
Шуклина З. Н. (Россия)

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Г. А.

Ответственный редактор: Осянина Е. И.

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Бурьянов П. Я., Голубцов М. В., Майер О. В.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

почтовый: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231;

фактический: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

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

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Подписано в печать 21.03.2018. Тираж 500 экз.

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