

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



16+

17
ЧАСТЬ V
2020

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 17 (307) / 2020

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук
Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук
Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук (Узбекистан)
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
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 (Казахстан)
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
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 (Казахстан)
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)
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
Султанова Дилшода Намозовна, кандидат архитектурных наук (Узбекистан)
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры
Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

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)
Демилов 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 Бекмурадович, кандидат педагогических наук, декан (Узбекистан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

На обложке изображен *Николай Николаевич Поликарпов* (1892–1944), русский и советский авиа-конструктор.

Николай Поликарпов был родом из села Георгиевское Ливенского уезда Орловской губернии. До его рождения много поколений Поликарповых посвятили свою жизнь церкви, поэтому юному Николаю, вероятнее всего, предстояло продолжить семейную традицию и стать священнослужителем. Закончив Ливенское духовное училище, Поликарпов начал учиться в Орловской семинарии, которую, однако, не закончил: сдав экстерном экзамены за курс гимназии, он поступил на механическое отделение Санкт-Петербургского политехнического института, а позже, увлекшись авиацией, занимался на воздухоплавательных курсах при кораблестроительном отделении института.

После его окончания Поликарпов устроился на работу в авиационное отделение Русско-Балтийского вагонного завода. Его непосредственным руководителем был сам Игорь Сикорский. Под его началом Поликарпов участвовал в создании легендарного самолета «Илья Муромец» и проектировании истребителей РБВЗ. На заводе «Дукс», где Поликарпов руководил техническим отделом, был создан первый отечественный истребитель И-1, ставший первым в мире истребителем: свободонесущим монопланом. Чуть позже под руководством Николая Николаевича был спроектирован самолет-разведчик Р-1.

В 1929 году Поликарпов был арестован ОГПУ. Ему предъявили обвинение в «участии в контрреволюционной вредительской организации». Виновным себя Поликарпов не признал, после недолгого следствия его перевели в Бутырскую тюрьму, где собрали всех заключенных авиаспециалистов, и как «социально чуждого элемента» без суда приговорили к смертной казни. Два месяца авиаконструктор ждал исполнения приговора в камере. Затем его перевели в «шарашку» — закрытое конструкторское бюро, организованное непосредственно в Бутырской тюрьме, и предложили «загладить вину» ударным трудом на благо родины. Здесь, в тюрьме, вместе с конструктором Дмитрием Григоровичем и целым рядом других «вредителей» они создали, например, самолет И-5, который стал основным истребителем ВВС Красной армии и использовался вплоть до 1943 года. Дело в отношении Николая Поликарпова было прекращено только в 1956 году — через 12 лет после смерти конструктора.

Удивительно, но в подобной обстановке Поликарпову удавалось не просто работать, но и создавать лучшие для своего времени машины. Всего за двадцать с небольшим лет конструктор разработал почти полсотни надежных истребителей, мощных бомбардировщиков и торпедоносцев. Благодаря этим самолетам конструктор навсегда вошел в историю авиации. В кругу коллег Николая Поликарпова называли «королем истребителей».

Самолет первоначального обучения У-2 стал самым знаменитым шедевром Поликарпова. Биплан получился достаточно легким (660 кг) и дешевым в производстве. Скоростными качествами он действительно не отличался (максимум — 150 км/ч), но про его устойчивость ходили легенды. Например, такая: однажды, чтобы пролететь между двумя близко стоящими березами, Валерий Чкалов развернул У-2 почти на 90 градусов. У-2 стал одним из самых массовых самолетов мира: его выпустили в количестве около 35 тысяч экземпляров. Во время войны он использовался в качестве и ночного бомбардировщика, и штурмовика, и санитарного самолета.

В 1939 году был направлен в командировку в Германию. Николая Николаевича не было всего месяц, но за это время его КБ фактически расформировали. В новое подразделение — под руководством Артема Микояна — перевели лучших конструкторов Поликарпова, а также передали проект истребителя И-200 (будущий МиГ-1), созданный Поликарповым перед самой поездкой.

Вернувшись из командировки в Германию, конструктор получил в свое распоряжение лишь старый ангар на окраине Ходынки, именуемый на бумаге «государственным заводом № 51». Но даже на этом фактически пустом месте Поликарпов сумел создать полноценное конструкторское бюро, ставшее впоследствии опытным заводом имени П. О. Сухого. Именно здесь были разработаны самолеты ИТП, ТИС, боевой десантный планер (БДП, МП), ночной бомбардировщик НБ, а также лучшие опытные истребители Второй мировой войны — И-180 и И-185.

Однако гибель народного героя Чкалова на испытаниях И-180 в 1938 году, а также неудачи с внедрением в серию И-185 подорвали доверие к Поликарпову у руководства ВВС и наркомата авиационной промышленности, интриги высокопоставленных недоброжелателей добавили негатива. Сначала на протяжении года ему не давали возможности оснастить машину нужным двигателем. Потом на протяжении еще двух лет мешали проведению испытаний. И наконец, просто дезинформировали Сталина, который должен был принять окончательное решение относительно судьбы этих самолетов. Верховному главнокомандующему доложили, что испытания И-185 на дальность полета якобы не проводились. В результате самым серийным истребителем стал Як-9. А Поликарпову в качестве утешения дали за И-185 вторую Сталинскую премию.

Одновременно с работой в конструкторском бюро Поликарпов являлся профессором и заведующим кафедрой проектирования самолетов в Московском авиационном институте, а также был избран депутатом Верховного Совета I созыва. Награжден многими государственными наградами.

*Екатерина Осянина,
ответственный редактор*

СОДЕРЖАНИЕ

БИОЛОГИЯ

- Джолдасов Р. Ф., Султансуйнов А. С., Бегдуллаева Г. С., Матчанов А. Т., Мамбетуллаева С. М.**
Динамика показателей сердечно-сосудистой системы у студентов, занимающихся спортом в условиях Каракалпакстана 309
- Урюмцева Т. И., Омаров М. М., Жумалина И. Е.**
Изыскание биотехнологических параметров полученного чайного напитка 311

МЕДИЦИНА

- Горяйнова С. В.**
Изучение распространенности факторов риска сердечно-сосудистых заболеваний у населения 314
- Левченко Л. А., Скосарева Г. А., Горев В. В.**
Трихомонадная инфекция у новорожденного (клинический случай) 316
- Нурмаматова К. Ч.**
Основные показатели заболеваемости детей бронхиальной астмой в Республике Узбекистан 322
- Саусанова Д. Ж., Мукатаева М. Е., Павленко Е. Д., Батырбай Д. Т., Аширбаева А. К., Инояталлаева Г. А.**
Факторы развития и особенности профилактики бронхолегочной дисплазии в Республике Казахстан 325

ВЕТЕРИНАРИЯ

- Бушарова Ю. В.**
Использование омелы белой (*Viscum album*) для лечения инфекционного перитонита кошек 328

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Абасова З. У.**
К вопросу о миграционных процессах в Республике Дагестан 330

- Аристова А. В.**
Управление движением денежных средств и обеспечение финансовой устойчивости корпорации 332
- Баранова Е. А.**
Повышение эффективности транспортировки в цепях поставок 335
- Бородина В. А., Бондарь П. П.**
Задачи кадровой политики в формировании кадрового потенциала организаций 339
- Воропаев А. А.**
Показатели трудовой занятости инвалидов как отражение государственной социальной политики Российской Федерации 341
- Жирнова Д. Р.**
Современная структура и динамика импорта рабочей силы в Россию из Армении 346
- Зинченко Д. Е.**
Анализ функциональной части информационной системы ERP в отделе сбыта 351
- Зиятдинова Ю. Е.**
Менеджмент в области культуры 354
- Иванов А. Ю.**
Современные методы управления дебиторской задолженностью 359
- Изотов А. Б.**
Анализ последствий введения института лицензирования энергосбытовой деятельности и его влияние на экономическую устойчивость энергосбытовых компаний 361
- Панфилова Е. А.**
Учет и анализ доходов и расходов в организации 364
- Садыкова Л. М., Садыкова И. М.**
Оценка современного состояния продуктов рынка банкострахования 368
- Сигова А. С.**
Анализ рынка БАД и тенденции его развития 373

Терновых Е. В., Киселева А. Д. Субординация причин, факторов и истоков банкротства предприятия.....	375	Musakhanyan E. R. Marketing problems of innovative entrepreneurship in Russia and the ways to overcome them.....	386
Торопынина А. В., Шамрина И. В. Особенности учёта товарных операций в торговой организации	378	Омуралиева А. Б. Как спасти репутацию: антикризисный PR на примере озера Иссык-Куль (Киргизия).....	388
Штоль П. Ю. Формирование портфеля с ценными бумагами.....	381	Поддубная З. М. Применение виртуальной реальности в наномаркетинге.....	392
МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR			
Магомедова К. А. Управление личным брендом в социальных сетях: этапы формирования и монетизация блога	384	Самойлов И. П., Чеботарева А. М. Управление внутренней коммуникативной средой и коммуникационными потоками вуза: теоретические аспекты	394

БИОЛОГИЯ

Динамика показателей сердечно-сосудистой системы у студентов, занимающихся спортом в условиях Каракалпакстана

Джолдасов Расул Фархадович, студент магистратуры;

Султансуйнов Азамат Саметович, базовый докторант;

Бегдуллаева Гулназ Султанбаевна, кандидат биологических наук, доцент;

Матчанов Азат Таубалдиевич, доктор биологических наук, профессор;

Мамбетуллаева Светлана Мирзамуратовна, доктор биологических наук, профессор

Каракалпакский государственный университет имени Бердаха (г. Нукус, Узбекистан)

В статье рассматриваются вопросы исследований функционирования сердечно-сосудистой системы у студентов, занимающихся спортом в условиях Республики Каракалпакстан. Приведены результаты экспериментов, которые показали, что в возрастном аспекте у студентов, занимающихся спортом и проживающих в северных районах показатели артериального давления (в покое) ниже, чем у спортсменов из южных районов Республики Каракалпакстан.

В настоящее время укрепление и охрана здоровья населения имеют огромное значение в ускорении социально-экономического развития Республики Узбекистан. Особое место в спортивно-физиологических исследованиях уделяется сердечно-сосудистой системе. Она относится к наиболее интенсивно работающим в процессе физических и эмоциональных напряжений у людей, занимающихся различными видами спорта. Из всех характеристик сердца, ответственных за формирование адаптации, основное значение имеет сердечный ритм, поскольку изменения последнего являются универсальной реакцией организма на любое воздействие внешней среды.

Аппарат кровообращения занимает особое место во всей системе транспорта кислорода из окружающей среды к работающим мышцам и органам в связи с тем, что является основным лимитирующим звеном этой системы. В процессе систематической спортивной тренировки развиваются функциональные приспособительные изменения в работе сердечно-сосудистой системы, которые подкрепляются морфологической перестройкой аппарата кровообращения и некоторых внутренних органов. Комплексная структурно-функциональная перестройка сердечно-сосудистой системы обеспечивает ее высокую работоспособность, позволяющую спортсмену выполнять интенсивные и длительные физические нагрузки [1, 2, 6]. Следует подчеркнуть, что в структуре синусового сердечного ритма заложена информация, отражающая состояние адаптационно-компенсаторных механизмов целостного организма.

Известно, что в ответ на любой раздражитель эндогенной или экзогенной природы в живом организме возни-

кают реакции, являющиеся по своей сути защитно-приспособительными. Характер этих реакций определяется, прежде всего, изменениями нервной и гуморальной регуляции кровообращения, которые предшествуют энергетическим сдвигам. В свою очередь, изменения нервно-гуморальной регуляции кровообращения находят отражение в структурных соотношениях показателей синусового сердечного ритма. Импульс к сердечному сокращению формируется, как известно, в синусовом узле, куда по нервным и гуморальным каналам поступает информация о состоянии и потребностях в кровоснабжении отдельных органов и систем. Нервный аппарат, материальным субстратом которого являются экстракардиальные волокна симпатического и блуждающего нервов, осуществляет быстрые приспособительные реакции — оперативное реагирование сердца на внешнее воздействие [3, 5]. В обычных условиях, при воздействии на организм слабых и умеренных повседневных раздражителей, оптимальной является вагусная регуляция, увеличивающая минутный объем сердца, в то время как при экстремальных ситуациях включается симпатический канал, который обеспечивает интенсификацию энергетических процессов в синусовом узле, проводящей системе сердца и сократительных волокнах миокарда [5, 8].

По данным специалистов установлено, что функциональное состояние этой системы в значительной степени определяет уровень общей и специальной работоспособности, а при оценке тренированности спортсменов необходимо учитывать соматометрические показатели и темпы биологического развития организма юношей [4, 5, 7]. Особый интерес представляет изучение изменений таких пока-

зателей, как частота сердечных сокращений (ЧСС), среднее артериальное давление (систолическое и диастолическое) и др. Это дает возможность оценить деятельность кардиореспираторной системы в условиях выполнения различных видов спортивной нагрузки.

Комплексная структурно-функциональная перестройка сердечно-сосудистой системы обеспечивает ее высокую работоспособность, позволяющую спортсмену выполнять интенсивные и длительные физические нагрузки [1, 2, 6]. Следует подчеркнуть, что в структуре синусового сердечного ритма заложена информация, отражающая состояние адаптационно-компенсаторных механизмов целостного организма.

Проведенный нами обзор литературы свидетельствует о необходимости дальнейшего изучения показателей кардиореспираторной системы у спортсменов, проживающих в северных и южных районах Республики Каракалпакстан. Максимальное значение ЧСС наблюдается у спортсменов из северных районов в возрасте 21 год ($69,64 \pm 0,38$ уд/мин), а минимальный показатель в возрасте 19 лет ($66,15 \pm 0,78$ уд/мин). У спортсменов из южных районов максимальный показатель выявлен в возрасте 18 и 21 лет ($64,8 \pm 0,65$ и $64,5 \pm 0,43$ уд/мин), а минимальный уровень отмечен также в возрасте 19 лет ($62,0 \pm 0,44$ уд/мин). Что касается сравнительной оценки данного показателя со студентами, не занимающимися спортом, то наблюдается равномерное изменение данного показателя у юношей, не занимающихся спортом. Минимальное значение соответствует возрасту 17 лет ($70,0$ уд/мин) и максимальное значение более старшим возрастным группам (20–22 лет) ($72–73$ уд/мин). Как нам кажется, в данном случае, низкие значения ЧСС у спортсменов по сравнению с показателями студентов, препятствует «изнашиванию» миокарда и имеет важное оздоровительное значение.

Артериальное давление (АД) у спортсменов — важный интегральный показатель функционального состояния сердечно-сосудистой системы и является относительно постоянной величиной. Исследование показаний артериального давления имеет значение, как для диагностики состояния тренированности, так и для диагностики предпатологиче-

ских и патологических состояний организма спортсменов [1]. Величина АД определяется большим числом факторов, среди которых наиболее важным является соотношение минутного объема кровотока и сопротивления кровотоку, оказываемого на уровне артериол (периферического сопротивления). Как известно, нормальный диапазон колебания для максимального давления у спортсменов составляет 100–129 мм рт. ст., для минимального 60–79 мм рт.ст. [3, 4, 8].

Рассматривая средние значения показателей ДД в условиях физической нагрузки, можно отметить, что здесь также минимальные значения соответствуют возрастным периодам 17–18 лет, максимальные значения соответствуют возрасту 22 года, как для спортсменов из северных и южных районов, так и для студентов, не занимающихся спортом. Так, для юношей из северных районов минимальное значение показателя ДД в условиях нагрузки в возрасте 17 лет составляет $66,81 \pm 0,34$ мм рт. ст., а максимальное значение составляет $68,79 \pm 0,28$ мм рт. ст. для возраста 22 года. Для спортсменов из южных районов максимальный уровень ДД в условиях нагрузки составляет $70,3 \pm 0,32$ мм рт. ст. в возрасте 22 года, а минимальный уровень соответствует $68,01 \pm 0,51$ мм рт. ст. для возраста 17 лет.

Проведенный анализ изменения артериального давления в ответ на физическую нагрузку у студентов 17–19 лет показал, что по сравнению со спортсменами выявлен прирост СД на 21,3%. Что касается второй возрастной группы (20–22 лет), то здесь прирост СД составил 20,7%. Изменение ДД было менее выражено в обеих возрастных группах студентов.

Таким образом, по данным исследований, у обследуемых нами студентов, занимающихся различными видами спорта, независимо от возраста и степени тренированности артериальное давление было выше нормы. Выявленное СД выше 100 мм рт. ст. у студентов, не занимающихся спортом в старших возрастных группах (20–22 года), можно считать фактором риска возникновения гипертонических состояний, обусловленных, вероятно, эколого-климатическими условиями района проживания в Республике Каракалпакстан.

Литература:

1. Амосов Н. М., Бендет Я. А. Физическая активность и сердце. — Киев: Здоровья. — 1984. — 231 с.
2. Быков Е. В. Сравнительная характеристика изменений гемодинамики действующих и завершивших выступления спортсменов // Дисс. ... канд. мед. наук. — Челябинск. — 1996. — 171 с.
3. Вольнов Н. И. Артериальное давление у спортсменов. — Автореф. дисс. ... канд. мед. наук. — 1988. — 30 с.
4. Дембо А. Г. Заболевания сердечно-сосудистой системы. — Л., 1984. — С. 64–188.
5. Дембо А. Г., Земцовский Э. В. Спортивная кардиология. — Л.: Медицина. — 1989. — 466 с.
6. Зияев Ю. Н., Никитин Н. П., Гоур Шундор Шаха. Реакция на физическую нагрузку в зависимости от типа кровообращения // Мед. Журн. Узбекистана. — 1991. — № 8. — С. 57–60.
7. Меркулова Р. А., Хрущев С. В., Хельбин В. Н. Возрастная кардиогемодинамика у спортсменов. — М.: Медицина. — 1989. — 112 с.
8. Valvo E., P. Casagvonde, V. Bevogna et al. Renal functional reserve in patients with essential hypertension: effect of inhibition of the renin — angiotensin system // Clin.Sci. — 1990. — V.78. — 585–590 p.

Изыскание биотехнологических параметров полученного чайного напитка

Урюмцева Татьяна Игоревна, кандидат ветеринарных наук, профессор;

Омаров Марат Магзиевич, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент;

Жумалина Инкар Ержановна, студент магистратуры

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар, Казахстан)

В статье рассмотрены дополнительные исследования использования Medusomyces gisevi, как источника для продуцирования химических веществ в косметологии.

Ключевые слова: Medusomyces gisevi, медузомицет, чайный гриб, субстраты для культивирования.

Медузомицет считают кладезу химических веществ, для включения дополнительных ростовых факторов. Ранее мы сформировали модель культивирования чайного настоя, показаны на таблице 1.

Таблица 1. Моделируемые параметры культивирования продуцентов

Продуцент	Субстрат	Источник углеводного питания	Объем, мл	Тип культивирования	Температура, t °C
Медузомицет	Настой черного чая	Сахароза	3000	Периодический	23 °C
		Фруктоза	3000		25 °C
	Настой зеленого чая	Сахароза	3000	Периодический	23 °C
		Фруктоза	3000		25 °C

На основе изученных источников и результатов собственных исследований авторы пришли к следующим выводам: Дрожжи и лактобактерии присутствуют во всех образцах напитков чайного гриба. Наибольшее количество было выявлено в субстратах черного чая с добавлением сахарозы при культивировании при температуре 23 °C, 25 °C и наименьшее в субстрате зеленого чая с фруктозой при 23 °C, 25 °C.

В чайном настое во всех образцах заменили кипяченую водопроводную воду на структурированную воду. Считаем перспективным использование структурированной воды, так как на 3 курсе бакалавра нами были проведены исследования по влиянию структурированной воды на интенсивность размножения и сохранения жизнеспособности дрожжей [1]. Дрожжевой напиток с использованием структурированной воды, показал интенсивное размножение, чем водопроводная вода.

Также произвели комбинацию источника углеводов: сахарозы и фруктозы.

Были проведены органолептические исследования.

Провели дополнительные исследования с новыми образцами. Наибольшее баллов набрали образцы чайного гриба из настоя черного чая сахарозы при 25 °C, фруктозы 25 °C и зеленого чая с сахарозой 25 °C со структурированной водой. Эти образцы обладают наиболее выраженными вкусовыми качествами с нотками яблочного компота. После разлива напитков в стаканы через некоторое время, выделились газы. Остальные образцы, по мнению участников дегустации, были менее выражены вкусовыми качествами (безвкусные, кислые) [2].

Полученные в ходе проведения экспериментов данные представлены в таблице 2.

Таблица 2. Дегустация чайного напитка со структурированной водой

Продуцент	Субстрат	Источник углеводного питания	Внешний вид (цвет, прозрачность) 7 баллов	Аромат и вкус 12 баллов	Выделение диоксида углерода 6 баллов	Итого 25 баллов
Медузомицет	Настой черного чая со структурированной водой	Сахароза 23 °C	6	7	2	15
		Сахароза 25 °C	7	9	5	21
		Фруктоза 23 °C	7	6	1	14
		Фруктоза 25 °C	8	11	2	21

Продуцент	Субстрат	Источник углеводного питания	Внешний вид (цвет, прозрачность) 7 баллов	Аромат и вкус 12 баллов	Выделение диоксида углерода 6 баллов	Итого 25 баллов
Медузомицет	Настой зеленого чая со структурированной водой	Сахароза 23 °С	6	10	2	18
		Сахароза 25 °С	5	10	6	21
		Фруктоза 23 °С	6	9	0	15
		Фруктоза 25 °С	7	10	0	17

Была произведена дегустация образцов чайного гриба с комбинации источника углевода. Наибольшее баллов набрали образцы чайного гриба из настоя черного чая сахарозы и фруктозы при 25 °С, зеленого чая сахарозы

и фруктозы 25 °С. После разлива напитков в стаканы также, наблюдается выделение газа. Полученные в ходе проведения экспериментов данные представлены в таблице 3.

Таблица 3. Дегустация чайного напитка с комбинацией углеводов

Продуцент	Субстрат	Источник углеводного питания	Внешний вид (цвет, прозрачность) 7 баллов	Аромат и вкус 12 баллов	Выделение диоксида углерода 6 баллов	Итого 25 баллов
Медузомицет	Настой черного чая	Сахароза + Фруктоза 23 °С	5	5	1	11
		Сахароза + Фруктоза 25 °С	6	9	4	19
Медузомицет	Настой зеленого чая	Сахароза + Фруктоза 23 °С	5	7	0	12
		Сахароза + Фруктоза 25 °С	6	9	0	15

Образцы чайного гриба посеяли на среду Сабуро, для выявления грибов.

Среда предназначена для выявления дрожжей и плесени, патогенных грибов и ацидофильных бактерий [3].

Были взяты мазки образцов со среды Сабуро и произведена микроскопия. Выявлены дрожжи правильной формы, представлены на рисунке 1.

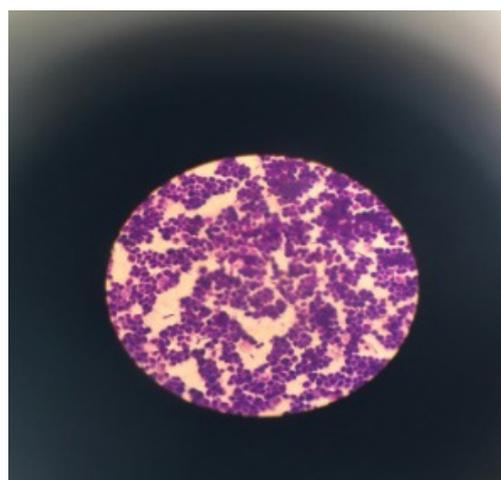


Рис. 1. Дрожжи правильной формы

Выделение лактобактерий

С целью определения молочнокислых бактерии произвели посев на молочный агар [4]. После культивирования 48 часов, были взяты мазки для микроскопии. Были выявлены лактобациллы. Наибольшее количество было вы-

явлено в субстратах зеленого чая с добавлением сахарозы при культивировании при температуре 23 °С, и фруктозы при 25 °С и наименьшее в субстрате зеленого чая с фруктозой при 23 °С, и в черном чае с добавлением фруктозы 25 °С, представлены в таблице 4.

Таблица 4. Сравнительная характеристика настоя со структурированной водой

Продуцент	Субстрат	Источник углеводного питания, t °C	Определение титруемой кислотности	Определение активной кислотности	Выделение дрожжей	Выделение лактобактерии
Медузомицет	Настой черного чая со структурированной водой	Сахароза 23 °C	70° T	6.14	Присутствует	Присутствует
		Сахароза 25 °C	65° T	6.17	Присутствует	Присутствует
		Фруктоза 23 °C	65° T	6.4	Присутствует	Присутствует
		Фруктоза 25 °C	55° T	6.7	Присутствует	Присутствует
Медузомицет	Настой зеленого чая со структурированной водой	Сахароза 23 °C	80° T	6.01	Присутствует	Присутствует
		Сахароза 25 °C	60° T	5.91	Присутствует	Присутствует
		Фруктоза 23 °C	40° T	5.23	Присутствует	Присутствует
		Фруктоза 25 °C	80° T	6.23	Присутствует	Присутствует

Таблица 5. Сравнительная характеристика настоя с комбинацией углеводов

Продуцент	Субстрат	Источник углеводного питания, t °C	Определение титруемой кислотности	Определение активной кислотности	Выделение дрожжей	Выделение лактобактерии
Медузомицет	Настой черного чая	Сахароза + Фруктоза 23 °C	65° T	6.17	Присутствует	Присутствует
		Сахароза + Фруктоза 25 °C	58° T	6.1	Присутствует	Присутствует
Медузомицет	Настой зеленого чая	Сахароза + Фруктоза 23 °C	80° T	6.23	Присутствует	Присутствует
		Сахароза + Фруктоза 25 °C	47° T	5.6	Присутствует	Присутствует

Наибольшее количество было выявлено в субстрате зеленого чая с добавлением сахарозы и фруктозы при культивировании при температуре 23 °C, и наименьшее в субстрате зеленого чая с фруктозой и сахарозы при 25 °C, представлены в таблице 5.

Проведенный анализ сведений и собственных исследований, позволяет сделать следующие выводы:

1. Изучены морфологические и физиологические особенности микроорганизмов входящих в симбиоз. Во всех образцах чайного гриба входят дрожжи и лактобактерии.
2. Изучены пищевые потребности микроорганизмов данного симбиоза. Для комфортной жизнедеятельности

медузомицета необходим чайный отвар и источник углевода в виде сахарозы, фруктозы.

3. Были рассмотрены методики количественного определения органических кислот. А также технология выделения органических кислот из среды культивирования. К сожалению, наша лаборатория имеет не все необходимые реактивы для проведения эксперимента.

4. Смоделировано оптимальное сочетание состава субстрата и параметры культивирования продуцента для максимального накопления органических кислот субстрата.

Литература:

1. Анна Щеглова. Чайный гриб. Чудо-целитель в трехлитровой банке//Litres, — 2017. — С. 11–110.
2. Блан П. Дж. Характеристика метаболитов чайного гриба//Biotechnol Lett. — 1996. — № 18. — С. 139–42.
3. Рева О. Н., Заец И. Е., Овчаренко Л. П., Кухаренко О. Е., Шпилова С. П., Подолич О. В., де Вера Дж. П., Козыровская Н. О. Метакодирование микробного сообщества чайного гриба, выращенного в различных микроокружениях // АМВ Express. — 2015. — № 5. — С. 124.
4. Джаяалан Расу, Малбаша Радомир В., Лончар Ева С., Витас Ясмина С., Сатишкумар Мутусвами. Обзор чая чайный гриб — микробиология, состав, ферментация, благотворное влияние, токсичность и чайный гриб//Комплексные обзоры в области науки о пищевых продуктах и безопасности пищевых продуктов. — 2014. — № 13. — С. 538–550.

МЕДИЦИНА

Изучение распространенности факторов риска сердечно-сосудистых заболеваний у населения

Горяйнова Светлана Владимировна, аспирант, соискатель ученой степени кандидата медицинских наук
Российский национальный исследовательский медицинский университет имени Н. И. Пирогова (г. Москва)

Несмотря на тенденцию к снижению смертности от сердечно-сосудистых заболеваний (ССЗ) в Европе в большинстве стран мира она остается высокой [1]. Результатами Фрамингемского исследования было установлено понятие сердечно-сосудистых факторов риска [2]. Однако контроль за ними среди населения все еще остается слабым. Помимо возраста и мужского пола (немодифицируемые факторы риска), основные сердечно-сосудистые факторы риска (ФР) включают курение сигарет, повышенное артериальное давление (АД) и общий холестерин, а также высокий индекс массы тела (ИМТ). Эти факторы являются модифицируемыми и усилия здравоохранения направлены на их снижение. Одним из наиболее значимых ФР является артериальная гипертензия (АГ), поражающая почти 30% населения земного шара. В развитых странах Европы распространенность АГ на 60% выше, чем в США и Канаде [3]. АГ является причиной 7,6 миллиона преждевременных смертей [4]. Несмотря на наличие эффективных гипотензивных схем терапии, достижение рекомендуемого уровня АД все еще остается недостаточным. Только 50% из всех гипертоников получают лечение в рекомендуемом объеме и только половина из них достигают оптимального контроля АД [5]. Другими значимыми ФР являются метаболические нарушения — нарушение толерантности к глюкозе, центральное ожирение, дислипидемия (низкие уровни ЛПВП, высокий уровень холестерина, триглицеридов и ЛПНП). Эти нарушения были включены в понятие метаболического синдрома, который также включал абдоминальное ожирение и АГ [6, 7]. В Европе распространенность метаболического синдрома составляет четверть населения [8]. Сейчас актуальность понятия метаболического синдрома пересматривается, однако рассматривается термин суммарный сердечно-сосудистый риск [9]. Важным является изучение того, как сердечно-сосудистые ФР взаимодействуют друг с другом и влияют на прогноз развития ИБС, инфаркта миокарда, инсульта и сердечно-сосудистую смертность [10,11]. Одно из крупнейших исследований MORGAM, проведенное в 1982–1997 гг., включало 68 000 здоровых мужчин и 86 000 здоровых женщин в возрасте 19–78 лет. В течение 12–13 лет наблюдения число инсульта составило до 1957

случаев, число ИБС — 4368, а смертность от всех причин — 7903. Анализ показал значимость возраста (старше 60 лет), значимость систолического и диастолического АД для прогноза инсульта, включая фатальный, а для развития ИБС значимость повышения уровня холестерина. С возрастом распространенность ССЗ увеличилась в 5 раз у женщин и в 2 раза у мужчин (сравнение возраста от 19–39 лет и 60–78 лет). Риск ССЗ, связанный с метаболическими нарушениями, был выше у женщин, чем у мужчин [10].

Мониторинг развития ССЗ был проведен в исследовании MONICA [12] целью которого являлось изучение тенденций факторов риска ССЗ в разных странах. Было установлено, что курение, АД и общий холестерин в значительной степени способствовали развитию ССЗ [13]. Последующее наблюдение за когортами, обследованными в MONICA, включало генетические факторы риска и биомаркеры [14]. На сегодняшний день роль воспаления в патогенезе ССЗ является приоритетной и доказана в исследованиях [15]. Выявлена связь выраженности воспаления с метаболическими нарушениями [16]. Роль наследственности в развитии ССЗ подтверждена генетическими исследованиями, в т. ч. выявлены полиморфизмы генов, обуславливающие высокий риск развития ССЗ, а также прогноза заболеваний [17, 18.]. В настоящее время важным направлением в здравоохранении является выявление факторов риска ССЗ и их коррекция. В амбулаторном звене системы здравоохранения Российской Федерации выделены отдельные структуры — отделения профилактики и центры здоровья, в задачи которых входит обследование населения на выявление ФР и проведение мероприятий по их профилактики [19.]. В Москве активно проводятся выездные мероприятия в общественных местах. Нами были оценены итоги проведенных мероприятий в г. Москве «День Здоровья» и «Проверь свое сердце и легкие», в которых принимали участие сотрудники кафедры. Населению измерялось артериальное давление, индекс массы тела, проводилось тестирование на выявление вредных привычек и когнитивных нарушений. Всего за время мероприятия было обследовано и проконсультировано 388 человек. Были получены следующие резуль-

таты: средний возраст обследованных составил 42,9 года; из них женщины составили 74%, мужчин — 24%; регулярно контролировали свое АД — 53%, не контролировали АД — 47%. Употребление табака — 24%, доля курящих женщин составила 21%, курящих мужчин — 31%. Избыточная масса тела выявлена у 19% населения, ожирение у 28,5% принявших участие в обследовании, лица с нормальным ИМТ составили 52,5%. Выявлено, что 7,5% обследованных имели в анамнезе ССЗ. Измерение АД определило у 14% повышение уровня АД на момент измерения. Тахикардия была выявлена у 11% обследованных. У 16,5% обследованных выявлены изменения на кардиовизоре. Таким образом, при выездных мероприятиях была выявлена высокая распространенность факторов

риска ССЗ среди населения, особенно ожирения и курения. Обращает на себя внимание низкий контроль населением уровня своего АД. При обследовании также обращал на себя внимание относительно молодой возраст пациентов с низкой долей лиц пенсионного возраста, что могло влиять на низкую обращаемость за медицинской помощью в поликлиники. По факту выявления факторов риска ССЗ при обследовании с участниками проводилось профилактическое консультирование и были даны рекомендации по коррекции ФР, а при необходимости рекомендации медицинского обследования и лечения. Проведение выездных профилактических мероприятий позволяет охватить лиц молодого и среднего возраста и своевременно провести коррекцию факторов риска ССЗ.

Литература:

1. Levi F, Chatenoud L., Bertuccio P. et al. Mortality from cardiovascular and cerebrovascular diseases in Europe and other areas of the world: an update. /Eur J Cardiovasc Prev Rehabil. 2009;16 (3): 333–350.
2. Dawber T.R. The Framingham Study. The epidemiology of atherosclerotic disease, Cambridge, Mass., Harvard University Press, 1980.
3. Wolf-Maier K., Cooper R. S., Banegas J. R. et al. Hypertension prevalence and blood pressure levels in 6 European countries, Canada, and the United States. JAMA 2003;289 (18):2363–2369.
4. Lawes C. M., Vander H. S., Rodgers A. for the International Society of Hypertension. Global burden of blood-pressure related disease, 2001. Lancet 2008;371:1513–1518
5. Guidelines Subcommittee. 1999 World Health Organization — International Society of Hypertension. Guidelines for the management of hypertension. J. Hypertens 1999;17:151–183.
6. Lawlor DA, Smith GD, Ebrahim S. Does the new International Diabetes Federation definition of the metabolic syndrome predict CHD any more strongly than older definitions? Findings from the British Women’s Heart and Health Study. Diabetologia 2006;49:41–48.
7. Чукаева И. И., Орлова Н. В., Хавка Н. Н. Изучение факторов воспаления у больных с метаболическим синдромом. Лечебное дело. — 2010. — № 4. — С. 50–56.
8. Grundy SM. Metabolic syndrome pandemic. Arterioscler Thromb Vasc Biol 2008;28:629–636
9. Wen CP, Chan HT, Tsai MK, Cheng TY, Chung WS, Chang YC. Attributable mortality burden of metabolic syndrome: comparison with its individual components. Eur J Cardiovasc Prev Rehabil 2011;18 (4):561–573.
10. Julie Kiranjot, Prognostic Interactions Between Cardiovascular Risk Factors/ Kaur Vishram 1// Dan Med J. 2014 Jul;61 (7): B4892.
11. Чукаева И. И., Клепикова М. В., Орлова Н. В. и др. Новые факторы риска ишемической болезни сердца у женщин. Лечебное дело. 2011. № 2. С. 28–33.
12. WHO MONICA Project. MONICA Manual. (1998–1999). URN: NBN: fi-fe19981146. Available from URL: <http://www.ktl.fi/publications/monica/manual/index.htm>. 7. Tunstall-Pedoe H, ed. Monica Monograph and Multimedia Sourcebook. Geneva: World Health Organization; 2003.
13. Kuulasmaa K., Tunstall-Pedoe H, Dobson A. et al, for the WHO MONICA Project. Estimation of contribution of changes in classic risk factors to trends in coronary-event rates across the WHO MONICA Project populations. Lancet 2000;355 (9205):675–687
14. Evans A, Salomaa V, Kulathinal S. et al; MORGAM Project. MORGAM (an international pooling of cardiovascular cohorts). Int J Epidemiol 2005;34 (1):21–27
15. Чукаева И. И., Клепикова М. В., Орлова Н. В. и др. Выявленность маркеров воспаления у женщин с артериальной гипертензией и ожирением на фоне нарушений липидного обмена. Системные гипертензии. 2011. Т. 8. № 1. С. 48–51
16. Чукаева И. И., Орлова Н. В., Хавка Н. Н. Изучение факторов воспаления у больных с метаболическим синдромом. Лечебное дело. — 2010. — № 4. — С. 50–56
17. Орлова Н. В., Ситников В. Ф., Чукаева И. И. Изучение генетической обусловленности артериальной гипертензии, как фактора риска сердечно-сосудистых заболеваний. Медицинский альманах. — 2011. — № 3 (16). — С. 81–84.
18. Орлова Н. В. Генетическая обусловленность воспаления при атеросклеротическом поражении сосудов сердца. Журнал сердечная недостаточность. — 2008. — Т. 9. — № 4 (48). — С. 180–183

19. Орлова Н. В., Чукаева И. И., Решетников И. С. и др. Организационно-правовые аспекты деятельности центров здоровья. Медицинское право. 2011. № 1. С. 38–43.

Трихомонадная инфекция у новорожденного (клинический случай)

Левченко Людмила Анатольевна, доктор медицинских наук, профессор

Российский национальный исследовательский медицинский университет имени Н. И. Пирогова (г. Москва)

Скосарева Галина Александровна, заведующая отделением реанимации и интенсивной терапии новорождённых

ГБУЗ г. Москвы «Городская клиническая больница имени М. П. Кончаловского»

Горев Валерий Викторович, кандидат медицинских наук, заместитель главного врача по неонатологии

ГБУЗ г. Москвы «Городская клиническая больница имени Л. А. Ворохобова»

*В данной статье представлен клинический случай реализации внутриутробной микст-инфекции (*Trichomonas vaginalis*, *Ureaplasma urealiticum*, *Gardnerella vaginalis*, *Cytomegalovirus*) у недоношенного новорождённого с экстремально низкой массой тела от матери с отягощенным соматическим и акушерско-гинекологическим анамнезом. Прогрессирующее течение заболевания у ребенка сопровождалось множественными осложнениями. Отсутствие клинико-лабораторных критериев заболевания у беременной, амбивалентность симптоматики у ребенка обусловили пролонгацию своевременной диагностики заболевания у новорождённого и определили его исход.*

Ключевые слова: *влагалищная трихомонада, новорождённый, инфицирование*

Trichomonas infection in a newborn: the clinical case

Levchenko Liudmila Anatolevna, doctor of medical sciences, professor

Russian National Research Medical University named after Pirogov (Moscow)

Skosareva Galina Aleksandrovna, head of the department of resuscitation and intensive therapy of newborns

State Clinical Hospital "City Clinical Hospital named after M. P. Konchalovsky" (Moscow)

Gorev Valeriy Viktorovich, the candidate of medical sciences, deputy chief physician in neonatology

GBUZ of Moscow "City Clinical Hospital named after L. A. Vorokhobov"

*In this article, we analyzed the clinical case of realization of prenatal mixed infection (*Trichomonas vaginalis*, *Ureaplasma urealiticum*, *Gardnerella vaginalis*, *Cytomegalovirus*) in a premature newborn having extremely low body weight from mother having a burdened somatic anamnesis as well as an obstetrical and gynecology anamnesis. Progressive disease course was accompanied by many complications in a baby. Prolongation of a prompt diagnosis of disease in a newborn was determined by lack of clinical and laboratory criteria of disease in a pregnant woman as well as ambivalence of symptoms in a newborn and determined its outcome.*

Key words: *trichomonas vaginalis, newborns, infection*

Трихомониаз — это инфекционно-воспалительное заболевание органов мочеполовой системы, возбудителем которого является простейшее-паразит — трихомонада [1, 8]. В природе существует около 50 видов трихомонад, но в человеке паразитируют только три из них: урогенитальная (влагалищная), кишечная и ротовая. Роль кишечной (*Pentatrichomonas hominis*) и ротовой (*Trichomonas tenax*) трихомонад в возникновении заболеваний урогенитальной сферы человека до настоящего времени не доказаны [1, 8, 11].

Вагинальный трихомониаз — самая распространенная антропогенная инфекция, которая передаётся половым путём и поражает урогенитальную сферу. Данный микроб достаточно агрессивен и при попадании в организм человека, практически всегда вызывает патологический про-

цесс. Для заболевания характерно длительное бессимптомное носительство [Д].

По данным ВОЗ, трихомониазом заражены около 10% населения Земного шара. При этом в развитых странах эта болезнь диагностирована у 2–3% взрослого населения, а в странах третьего мира этот показатель увеличился до 40%. Установлено, что ежегодно в мире трихомониазом заболевают от 150 до 175 млн человек, достигших половозрелого возраста. Часто трихомониаз сочетается с другими мочеполовыми инфекциями: гонореей, хламидиозом, микоплазмозом, кандидозом, герпесом, ВИЧ-инфекцией и др. [5, 7, 11].

Влагалищная трихомонада (*Trichomonas vaginalis*) — одноклеточный жгутиковый простейший микроорганизм; обитает в мочеполовых путях Homo sapiens; отно-

сится к числу анаэробных простейших. Оптимальными условиями для жизнедеятельности *Trichomonas vaginalis* является влагалище, где поддерживается определённая влажность, температура 37 °С и рН=3,8–4,4 (кислая среда). Влагалищная трихомонада может локализоваться не только в половых органах, но и в кровяном русле. Кроме того, она может мимикрировать и выдавать себя за клетки крови, либо прикреплять к себе других микробов, чтобы избежать иммунной реакции организма [1, 5, 6, 8].

Источник заражения — больной человек, путь передачи — половой; очень редко — бытовой. Проникают патогенные микроорганизмы в органы мочеполовой системы благодаря способности активно передвигаться в межклеточном пространстве с помощью жгутиков [1, 8]. В организме женщины *Trichomonas vaginalis* быстро размножается, заселяет, а затем и разрушает слизистую оболочку не только влагалища, но и уретры, мочевого пузыря, шейки матки [6]. Почти у 60% инфицированных женщин свежий трихомониаз протекает бессимптомно. Инфекция постепенно переходит в хроническую вялотекущую форму, что особенно опасно для женщин фертильного возраста. У них возникают такие воспалительные очаги, как вульвит, цистит, кольпит, цервицит. Длительное течение трихомониаза у женщин, может привести к распространению воспалительного процесса на маточные трубы и яичники [1, 5, 6]. У мужчин трихомонада также вызывает воспалительные заболевания урогенитальной сферы. У обоих полов данный патологический процесс, при отсутствии лечения, быстро переходит в хроническую форму, которая заканчивается бесплодием [1].

У беременных, при наличии очага хронической инфекции, вызванного *Trichomonas vaginalis*, могут быть выкидыши, раннее отхождение околоплодных вод, преждевременные роды, возникновение хориоамнионита, фетоплацентарная недостаточность, внутриутробное инфицирование плода, ЗВУР плода и др. [1, 9, 11].

Случаи заражения новорожденных трихомониазом достаточно редки. В неонатальной практике, трихомониазом заболевают около 7% самых маленьких пациентов, рожденных от инфицированных матерей [9, 11]. Во внутриутробном периоде инфицирование практически не встречается, так как здоровая плацента является надежным барьером, препятствующим проникновению возбудителя. Обсеменение новорожденного (попадание возбудителя на эпителий ребенка) происходит во время прохождения его по родовым путям [1, 4, 11]. Риск заражения мальчика трихомонадами во время родов намного меньше. Это объясняется отличиями в анатомическом строении: женский мочеиспускательный канал короче и шире, а значит, микроорганизмам проще попасть в саму уретру и в мочевой пузырь [1, 11]. С учётом недостаточно развитых локальных механизмов защиты (особенно на фоне преждевременных родов) у детей, данный патологический процесс возникает не только в мочеполовом тракте, но и в других органах и системах [4, 9, 10]. Так как трихомонада поражает только плоский эпи-

телией, то этот факт и определяет органы, подверженные инфицированию: нижний отдел мочеполового тракта (малые и большие половые губы, преддверье влагалища, влагалище); анальный проход; кожа промежности и внутренней части бедра; глаза (роговица и конъюнктив); миндаины; из органов дыхания — легкие (развиваются тяжелые пневмонии) [9, 10, 11].

Проявления заболевания, как правило, начинаются на 2–5 день после рождения и связаны с некоторыми особенностями слизистой новорожденного, более низкой иммунной реактивностью и более высокой восприимчивостью к инфекционным заболеваниям [3, 11]. Хронизации заболевания, обычно, у новорожденных не происходит, и болезнь проявляется выраженной клинической картиной [2, 10, 11].

Диагностика трихомониаза проводится на основании клинических симптомов заболевания и результатов лабораторного исследования. С целью этиологической диагностики используются бактериоскопические, бактериологические, иммунологические методы [1, 8]. Материалом для исследований у детей являются соскоб из уретры, отделяемое из влагалища. Бактериоскопически исследуют нативные препараты и препараты, окрашенные по методу Грама и др. Используется также иммунофлюоресцентная диагностика и серологические реакции ИФА, метод полимеразно-цепной реакции (ПЦР) [1, 5, 8, 10].

Схема лечения подбирается индивидуально с учетом течения заболевания и развившихся осложнений. Лечение больного ребенка должно быть комплексным. Основную роль в терапии отводят назначению антипротозойных препаратов [1, 6, 10, 11].

Пример истории болезни.

Ребёнок Р. от матери 26 лет, страдающей ожирением II степени; имеющей отягощенный гинекологический анамнез (хронический кольпит); от I беременности, протекавшей на фоне токсикоза в I-м триместре; от I преждевременных родов в ягодичном предлежании. Околоплодные воды зеленые, зловонные. Родилась живая недоношенная девочка с ГВ=23–24 недели; весом=0,650 г; ростом=29 см. Состояние при рождении крайне тяжелое. Реанимационные мероприятия: санация верхних дыхательных путей (ВДП), обсушивание, тактильная стимуляция, согревание (использовалась термосберегающая пленка), интубация трахеи, ИВЛ мешком Амбу. Эндотрахеально вводился сурфактант (Сюрванта, 100 мг/кг). Оценка по шкале Апгар 2/4/5 баллов. Переведен в ОРИТ новорождённых. Состояние при поступлении крайне тяжелое. Ребёнок помещён в кувез; установлена влажность 85%. Налажена аппаратная ИВЛ в режиме SIMV с параметрами: R=40/мин, PIP=22 mbar, PEEP=5 mbar, Tin=0,3 sec, FiO2=35%. T=36,6 °С. ЧСС=158 в мин. АД=33/18 (22) мм рт ст. SpO2=95%. Большой родничок 1,5x1,5 см, не напряжён. Зрачки D=S, фотореакция сомнительная. Выражена гиперестезия. Рефлексы периода новорождённости угнетены. Мышечная гипотония. Кожные покровы бледно-розовые, акроцианоз. Множественные

эксимозы на коже туловища и конечностей. В легких дыхание умеренно ослабленное; единичные проводные, разнокалиберные влажные и крепитирующие хрипы. Тоны сердца приглушены, ритм правильный. Живот мягкий, доступен глубокой пальпации. Печень +1,5 см; селезенка в подреберье. Стула не было. Не мочился.

Венозный доступ: установлен umbilical катетер. Группа крови ребенка: В (III), Rh (+) положительная. Группа крови матери: 0 (I), Rh (-) отрицательная.

Выставлен **предварительный диагноз:**

основной: 1. Респираторный дистресс-синдром новорожденных.

2. Асфиксия тяжелой степени.

осложнения: ДН III степени.

сопутствующие: Недоношенность 23–24 недели. Кровоизлияния в кожу. ЭНМТ. Группа высокого риска по реанимации ВУИ, ГБН по резус-фактору.

Назначено лечение: режим кувеза; энтеральное питание (грудное сцеженное молоко по 1 мл каждые 6 часов под контролем усвояемости); инфузионная терапия с учетом физ. потребности (120 мл/кг/сут), в том числе парентеральное питание, глюкозо-солевые растворы, аминокислоты 2 г/кг/сут, солювит Н 1 мл/кг/сут, липиды 1 г/кг, витаминизированный препарат (в/в ампициллин/сульбактам 75 мг/кг/сут); симптоматическая терапия.

В первые часы жизни у ребенка по КЩС — субкомпенсированный метаболический ацидоз, гипогликемия 1 ммоль/л (производилась коррекция). В динамике наблюдения через 4 часа после рождения отмечалась прогрессирующая кислородная зависимость; в связи с чем изменены параметры ИВЛ: R=40/мин, PIP=25 mbar, PEEP=6 mbar, Tin=0,31 sec, FiO2=60%; а через 7 часов произведено повторное эндотрахеальное введение сурфактанта (Сурванта, 100 мг/кг).

В отделении реанимации проведены обследования ребенка:

- клинический анализ крови (1 сутки жизни): эр. — 4,14 Т/л; Hb-160 г/л; Ht-51,8%; лейкоц. — 17,9 Г/л; п-20, с-16, э-8, миел — 6, метамиел — 4, эритроциты-22, лимф-38; мон-8; тромбоциты — 101 Г/л.
- биохимические показатели крови: СРБ=56 мг/л, общий билирубин=73,9 мкмоль/л, за счёт непрямого; креатинин=54 мкмоль/л; мочевины=9,3 ммоль/л; общий белок=31,7 г/л.
- Эхо — КГ: ОО — 2 мм, ОАП — 2 мм.
- УЗИ органов брюшной полости и почек: диффузные изменения печени и паренхимы обеих почек. Пневматоз кишечника.
- НСГ: диффузное повышение эхогенности вещества головного мозга. Кровоизлияния в сосудистые сплетения. Признаки незрелости.

К началу **2-х суток жизни** в состоянии ребенка отрицательная динамика, обусловленная нарастанием ДН за счёт напряжённого пневмоторакса. Скорректированы пара-

метры ИВЛ. На обзорной рентгенограмме органов грудной клетки: правосторонняя пневмония, левосторонний субтотальный пневмоторакс. После аналгезии в асептических условиях проведена пункция и дренирование левой плевральной полости в 5-м межреберье слева по передней подмышечной линии. Эвакуировано 15 мл воздуха. На основании данных анамнеза, клинико-лабораторных и инструментальных данных скорректирован **клинический диагноз:**

основной: 1. Врожденная пневмония.

2. Респираторный дистресс-синдром новорожденных.

осложнения: ДН III степени. Левосторонний пневмоторакс. Состояние после дренирования.

сопутствующие: Асфиксия тяжелой степени при рождении. Недоношенность 23–24 недели. Кровоизлияния в кожу. Неонатальная желтуха. ЭНМТ.

На **3-и сутки жизни** при санации трахео-бронхиального дерева (ТБД) получено скудное количество свежей крови. Плевральный дренаж функционирует. Сохраняется гиперестезия. Зрачки D=S, фотореакция сомнительная. Безусловные рефлексы угнетены. Мышечная гипотония. Кожные покровы бледно-розовые, с иктеричным оттенком; сохраняются множественные эксимозы. Повышенная кровоточивость из мест инъекций. Аускультативно над легкими дыхание ослабленное (слева более выражено); единичные проводные, разнокалиберные влажные и крепитирующие хрипы. Тоны сердца приглушены, ритм правильный. Живот мягкий. Печень +2 см. Селезенка не пальпируется. Стул меконий. Диурез адекватный. По КЩС — декомпенсированный метаболический ацидоз. Нормогликемия. В клиническом анализе крови — лейкоцитоз — 52,6 Г/л, нейтрофилез со сдвигом до юных. На контрольной рентгенограмме органов грудной клетки: двухсторонняя пневмония, тенденция к слиянию очагов.

Учитывая сохраняющуюся тяжесть состояния, необходимость в длительной ИВЛ, плевральный дренаж, врожденную пневмонию, с целью усиления антибактериальной терапии — добавлен в/в гентамицин, 4 мг/кг/сут. Назначена гемостатическая терапия с целью коррекции плазменно-коагуляционного гемостаза: СЗП — 15,0 мл/кг/сут.

На **4-е сутки жизни** удален дренаж с левой плевральной полости. Состояние ребенка остаётся крайне-тяжелым. По КЩС гиперкапния. Параметры ИВЛ изменены: R=50/мин, PIP=21 mbar, PEEP=5 mbar, Tin=0,31 sec, FiO2=40%. При санации ТБД скудное количество светлой мокроты с небольшим геморрагическим компонентом.

На **6-е сутки жизни** отмечается резкое ухудшение в состоянии ребенка: SpO2=60–75%. АД=40 (24) 13 мм рт.ст. Наросла кислородная зависимость. Отмечается асимметрия грудной клетки: правая сторона увеличилась, межреберные промежутки расширены, экскурсия резко снижена. Заподозрен пневмоторакс справа. Параметры ИВЛ изменены: R=55/мин, PIP=22 mbar, PEEP=0 mbar, Tin=0,31 sec, FiO2=60%. При осмотре ребенка выражено угнетение. Эпизоды брадикардии до 90 в мин. Кожные покровы се-

ровато-бледные. Дыхание справа резко ослаблено; слева — ослабленное и крепитирующие хрипы. Тоны сердца приглушены, смещены влево. Живот несколько вздут, мягкий. На рентгенографии органов грудной клетки — определяется напряженный правосторонний пневмоторакс (рис. 1).

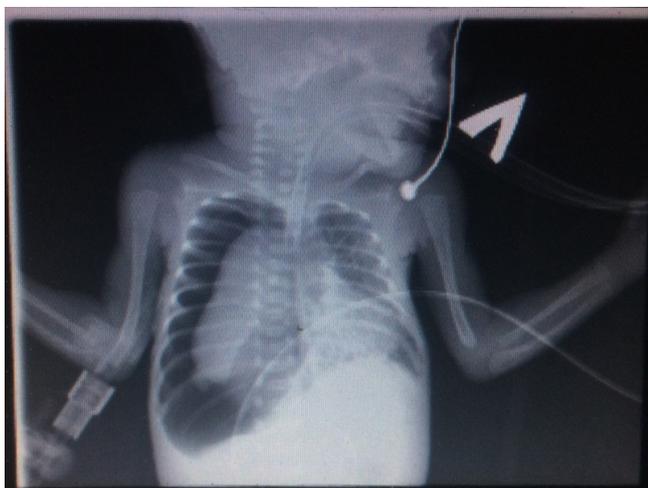


Рис. 1. Правосторонний напряженный пневмоторакс.

В асептических условиях проведена пункция правой плевральной полости в 5 межреберье по передней подмышечной линии. Установлен пассивный дренаж; воздух уходил постоянно в больших количествах (рис. 2).



Рис. 2. Функционирующий дренаж в правой плевральной полости

После дренирования плевральной полости — SpO₂=91%. С целью стабилизации гемодинамики назначен допамин в дозе 5 мкг/кг/мин. По данным КЩС тяжелый метаболический ацидоз, выраженный дефицит ВЕ (коррекция в/в введением гидрокарбоната натрия). В клиническом анализе крови: эритроц. — 2,74 Т/л, Нв=103 г/л, Нт=33,6%, лейкоц. — 71 Г/л, нейтрофильный сдвиг резкий (п/я 15%, с/я 63%, миел. 10%, метамиел. 4%), лимф. 3%, тромбоц. — 126 Г/л. В план ведения новорожденного внесены изменения:

отменено энтеральное кормление; инфузионная терапия по физ. потребности (160 мл/кг/сут); произведена смена антибактериальной терапии (назначены цефбактам 80 мг/кг*с + ванкомицин 10 мг/кг*2 р/с в/в); с кардиотонической целью в/в допамин 5 мкг/кг' и добутамин 10 мкг/кг' с титрованием по АД; коррекция анемии (трансфузия эритроцитов после коррекции ацидоза); для синхронизации с ИВЛ и обезболивания в/в фентанил.

В динамике наблюдения состояние ребёнка остаётся крайне-тяжелым. Периодически отмечаются эпизоды десатурация (85% и ниже). В параметрах ИВЛ увеличено FiO₂ до 80%, а затем до 100%. При санации ТБД — слизь с геморрагическим компонентом. Гемодинамика нестабильная; сохраняется артериальная гипотензия. Дыхание слева проводится, выслушиваются проводные, разнокалиберные влажные и крепитирующие хрипы; справа — ослабленное. Живот несколько вздут. Печень увеличилась до 3,0 см. Селезёнка не пальпируется. Выражена олигурия. На рентгенограммах органов грудной клетки сохраняется напряжённый пневмоторакс справа, в том числе и после установки 1-го (в 6-м межреберье по среднеаксиллярной линии) и 2-го (в 5-м межреберье по переднеаксиллярной линии) дренажей справа (рис. 3).



Рис. 3. Напряжённый пневмоторакс справа, функционирующие дренажи в 5-м и 6-м межреберьях по среднеаксиллярной линии

По дренажам сброс воздуха значительный, непрерывным потоком. По КЩС гипокапния, субкомпенсированный метаболический ацидоз. Параметры ИВЛ изменены: R=50/мин, PIP=17 mbar, PEEP=4 mbar, Tin=0,31 sec, FiO₂=70%. Поддерживается АД на допамине и добутаmine. Диурез 1,0 мл/кг*ч. Диагностирована гипогликемия до 1,8 ммоль/л; скорректирована в/в введением 10% глюкозы (10 мг/кг в мин.). Отмечалось усиление сброса воздуха по дренажам, начат активный аспирационный дренаж с P = -40 мБр, а затем с P = -30 мБр (согласно Протокола). На контрольной рентгенограмме органов грудной клетки лёгкие в основном расправлены, немного воздуха справа у верхушки лёгкого. По данным КЩС субкомпенсированный смешанный ацидоз, гипергликемия 19,3 ммоль/л. Гипонатриемия.

Производилась коррекция данных показателей. В динамике наблюдения прогрессирующая олигурия до 0,45 мл/кг*час.

На **7-е сутки жизни** — отрицательная динамика: появились клонические судороги. На НСГ: ВЖК III степени с обеих сторон. Периодически эпизоды десатурации до 60%. Прогрессировал общий отёчный синдром вплоть до анасарки (8-е сутки жизни). На рентгенограмме органов грудной клетки — сохраняется правосторонний пневмоторакс. В анализе крови — анемия (Hb-88 г/л); тромбоциты — 37 Г/л. Производилось переливание СЗП — 15 мл/кг и отмытых эритроцитов — 20 мл/кг. С противосудорожной целью назначен диазепам. С кардиотонической целью: в/в допамин 3 мкг/кг/мин, добутамин 5 мкг/кг/мин, гидрокортизон 2 мг/кг x 3 р/сут. С противогрибковой целью — в/в флуконазол 6 мг/кг x 1 раз в 72 ч. Диуретическая терапия: фуросемид 1% — 0,05 мл.

С **15-х суток** жизни у ребенка на фоне основного заболевания диагностирована неонатальная кома. В динамике наблюдения прогрессирует синдром полиорганной не-

достаточности: ДВС-синдром, ДН III степени, ОПН, кардиоваскулярный синдром, анасарка. На **22 сутки жизни** в анализе мочи — гематурия, протеинурия. Из трахеобронхиального дерева санируется обильный аспират с примесью алой крови.

На **25 сутки жизни** диагностирована гипергликемия до 19,1 ммоль/л; назначена инсулинотерапия (в/в актропид — 0,1 Ед/кг/ч). В состоянии ребенка наблюдалась отрицательная динамика, диагностирован **гидроторакс** слева — проведена пункция плевральной полости, удалено 8,0 мл плеврального выпота (взят бактериологический посев и ПЦР). Анализ плевральной жидкости: характер гнойно-геморрагический; лейкоцитов более 5 тыс/мкл (формула: нейтрофилов 72%, гистиоцитов — 18%, лимфоцитов 10%), эритроцитов более 6 тыс/мкл. В микропрепаратах, приготовленных из осадка плевральной жидкости, полученного при её центрифугировании и окрашенных по Романовскому обнаружены трихомонады (*Trichomonas vaginalis*) в большом количестве (рис. 4).

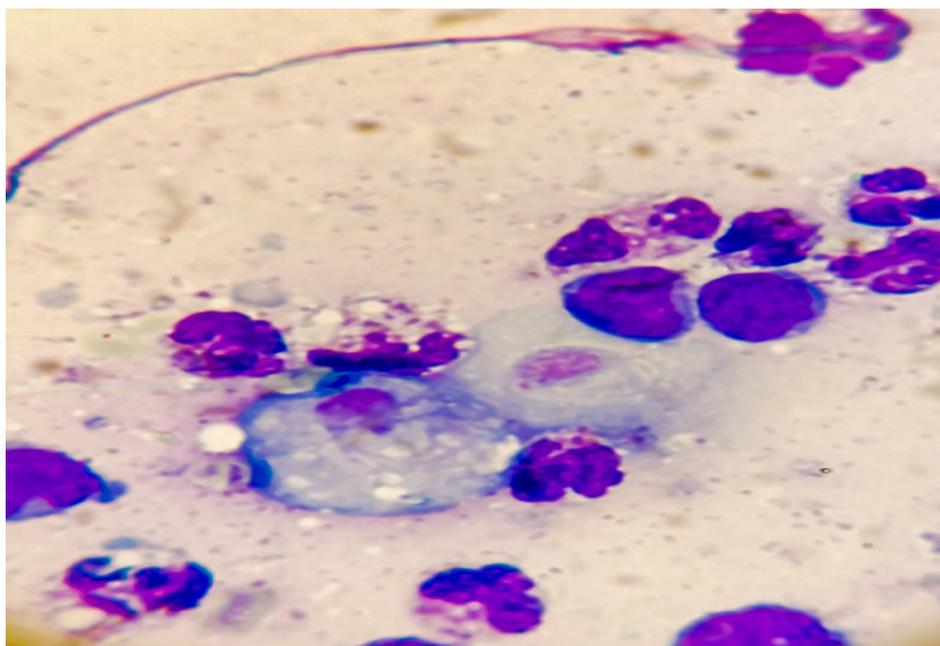


Рис. 4. В осадке плевральной жидкости (окраска по Романовскому) обнаружены *Trichomonas vaginalis*.

С **26 суток жизни** в связи с отрицательной динамикой в состоянии ребенка был произведен рентген органов грудной клетки. Подтверждена пневмония и пневмоторакс справа. У ребенка установлены 2 дренажа в правой плевральной полости, сброс воздуха постоянный только по активному дренажу с разряжением 100 мБр, пассивный — перекрыт. В анализе крови — лейкоцитоз до $43,5 \cdot 10^9$ /л, нейтрофилез; РСТ-1,28 нг/мл. На НСГ: ВЖК IV степени справа, III степени слева. Формирующиеся кисты. Постгеморрагическая вентрикуломегалия. УЗИ органов брюшной полости: диффузные изменения печени и почек. УЗИ почек: пиелоектазия 2 степени. На контрольной рентгенограмме органов грудной клетки сохраняется пристеночный пневмоторакс справа; лёгкие расправлены. В терапию

добавлен пентаглобин 5 мл/кг №5. Удалён пассивный дренаж из 6 м/р по среднеаксиллярной линии. Активный дренаж в 5 м/р по переднеаксиллярной линии функционирует, сброс воздуха постоянный. Диурез 1,5 мл/кг*час. Произведена смена антибактериальной терапии: продолжен ванкомицин 20 мг/кг/сут + меронем 40 мг/кг/сут.

На **27 сутки жизни**: удален дренаж в правой плевральной полости. Через 8 часов повторный пневмоторакс справа, наложен пассивный дренаж. КЩС — респираторный ацидоз. Гликемия — 6,9 ммоль/л (актрапид 0,08 Ед/кг/час). Продолжена ИВЛ, режим SIMV.

На **28 сутки жизни** получен анализ ПЦР плевральной жидкости — положительные на *Trichomonas vaginalis*, *Ureaplasma urealyticum*, *Gardnerella vaginalis*, *Cytomegalovirus*.

На **29 сутки жизни** в анализе крови: Нв=88 г/л, Нт=23,3%, тромбоцитопения 117 Г/л, лейкоцитоз — 22 Г/л, формула с резким сдвигом до юных — миелоциты 21%, метамиелоциты 5%, палочкоядерные 14%, сегментоядерные 50%, токсическая зернистость, лимфопения 3%. В динамике у ребенка прогрессивное нарастание гемодинамических, дыхательных нарушений, метаболический (декомпенсированный) ацидоз, брадикардия с переходом в асистолию. Комплекс реанимационных мероприятий в полном объеме на фоне гипервентиляции 100% О₂ в течении 30 минут, без эффекта. При критической брадикардии наступила полная остановка сердца. Констатирована клиническая и биологическая смерть. Ребенок прожил 29 суток 1 ч 5 мин.

Выставлен окончательный **клинический диагноз:**

основной:

1) Врожденная двусторонняя плевропневмония (смешанной этиологии *Trichomonas vaginalis*, *Ureaplasma urealiticum*, *Gardnerella vaginalis*, *Cytomegalovirus*). (P23.8).

2) ВЖК III степени с 2 сторон.

осложнения: Правосторонний пневмоторакс, пневмоперитонеум. Левосторонний гнойный плеврит. Синдром полиорганной недостаточности: ДВС-синдром, ДН III ст, ОПН, кардиоваскулярный синдром. Общий отечный син-

дром 2–3 степени. Состояние после повторных гемотрансфузий.

сопутствующие: БЛД тяжелое течение. Функционирующий ОАП. Анемия смешанного генеза. Асфиксия тяжелой степени. Церебральная ишемия. Синдром церебральной депрессии. Неонатальная кома. Гипоксически-ишемическая нефропатия. Синдром холестаза. Недоношенность 23–24 недели. ЭНМТ. ПКВ 28 недель.

В анамнезе: Асфиксия тяжелой степени. Респираторный дистресс-синдром новорожденных. Левосторонний пневмоторакс. Кровоизлияния в кожу. Конъюгационная желтуха.

Таким образом, у женщины с отягощенным соматическим и акушерско-гинекологическим анамнезом, можно предположить микст-инфицирование во время беременности (*Trichomonas vaginalis*, *Ureaplasma urealiticum*, *Gardnerella vaginalis*, *Cytomegalovirus*), что в дальнейшем явилось результатом преждевременных родов, обусловило тяжесть состояния новорожденного и определило развитие у него неоднозначной клинической картины. Отсутствие у беременной клинических и лабораторных показателей, подтверждающих наличие инфекции, привело к определенным трудностям и пролонгации в диагностике, а также в тактике ведения новорожденного и, в конечном счете, обусловило исход заболевания.

Литература:

1. Ермоленко Д. К., Исаков В. А., Рыбалкин С. Б. и др. Урогенитальный трихомониаз. Пособие для врачей. СПб-Великий Новгород. — 2007. — 96 с.
2. Клименко Т. М., Левченко Л. А., Воробьева О. В., Дутов Е. М., Герасимов И. Г. Эффективность клинической оценки состояния недоношенных новорожденных с очень низкой массой тела // Клиническая и экспериментальная патология. — Т. 9, № 4 (34). — 2010. — С.35–37.
3. Сергеева В. А., Кислюк Г. И., Воробьев Д. Ю., Воронина О. М., Могилицева А. А. Структура заболеваемости экстремально недоношенных детей // Российский вестник перинатологии и педиатрии. — 2017. Т. 62. № 4. — С. 147–148.
4. Carter JE, Whithaus KC. Neonatal respiratory tract involvement by *Trichomonas vaginalis*: a case report and review of the literature // The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene. — 2008. — Vol.78 (1). — p.17–19.
5. Chaoqun Yao, Jennifer K. Ketzis. Aberrant and accidental trichomonad flagellate infections: rare or underdiagnosed? // Transactions of The Royal Society of Tropical Medicine and Hygiene. — 2018. — Vol. 112 (2). — p. 64–72.
6. Kissinger P. *Trichomonas vaginalis*: a review of epi-demiologic, clinical and treatment issues // BMC Infectious Diseases. — 2015. — Vol. 15 (1). — p. 307–418.
7. Megan Gatski, David H. Martin, Rebecca A. Clark, Emily Harville, Norine Schmidt and Patricia Kissinger. Co-Occurrence of *Trichomonas vaginalis* and Bacterial Vaginosis Among HIV-Positive Women // Sexually Transmitted Diseases. — 2011. — Vol. 38 (3). — p. 163–166.
8. Schwebke J. R., Burgess D. Trichomoniasis // Clinical Microbiology Review. — 2004. — Vol. 17 (4). — p. 794–803.
9. Silver BJ, Guy RJ, Kaldor JM, Jamil MS, Rumbold AR. *Trichomonas vaginalis* as a cause of perinatal morbidity: a systematic review and meta-analysis // Sexually Transmitted Diseases. — 2014. — Vol. 41 (6). — p. 369–376.
10. Temesvari P, Kerekes A, Tege A, Szarka K. Demonstration of *Trichomonas vaginalis* in tracheal aspirates in infants with early respiratory failure // Journal of Maternal-Fetal and Neonatal Medicine. — 2002. — Vol.11 (5). — p. 347–349.
11. Trintis J., Epie N., Boss R. and Riedel S. Neonatal *Trichomonas vaginalis* infection: a case report and review of literature // International Journal of STD & AIDS. — 2010. — Vol. 21 (8). — p. 606–607.

Основные показатели заболеваемости детей бронхиальной астмой в Республике Узбекистан

Нурмаматова Курбоной Чориевна, старший преподаватель

Научный руководитель: Ризаев Жасур Алимжанович, доктор медицинских наук, профессор

Ташкентский государственный стоматологический институт (Узбекистан)

В ряду неинфекционных патологий детского и подросткового возраста одно из ведущих мест занимают аллергические заболевания и в частности бронхиальная астма. Среднепериодовый пятилетний (2014–2018 гг.) показатель первичной и общей заболеваемости бронхиальной астмой среди детей Узбекистана в возрасте до 14 лет составил соответственно 18,3 и 64,2 (на 100000 детей), а среди подростков 23,3 и 92,8 (на 100000 подростков) соответственно. Распространенность БА в подростковом возрасте в 1,3–1,4 раза превышает аналогичные показатели среди детей младшего возраста. В целом за пятилетие показатели общей и первичной заболеваемости БА как среди детей, так и среди подростков в республике имели тенденцию к росту на 10–30%.

Ключевые слова: бронхиальная астма, первичная и общая заболеваемость, дети и подростки

Введение. В настоящее время перед мировым здравоохранением среди прочих проблем все острее встает проблема неуклонного роста числа неинфекционных заболеваний [2]. В данном ряду патологий одно из ведущих мест занимают аллергические заболевания. В XXI веке мировая распространенность аллергических заболеваний возросла в четыре раза [8]. Во многом этому способствует изменение геобиохимических показателей в результате глобальных техногенных преобразований окружающей среды за последние пятьдесят лет развития человечества. Так в экономически развитых странах европейского Союза и США в среднем около 20% населения страдают аллергиями, а в экологически неблагоприятных районах первые признаки аллергий регистрируются у 40–60% населения [9].

Одним из наиболее ярких и тяжелых аллергических заболеваний является бронхиальная астма (БА). Как и прочие заболевания аллергической природы БА часто возникает уже в детском возрасте и сопровождает человека в течение всей жизни. По данным международной программы изучения астмы и аллергии у детей (ISAAC) [4] распространенность БА астмы зависит не только от климатикогеографических и экономических особенностей страны проживания, но и от возраста ребенка. Распространенность БА среди детей 6–7 лет в разных странах колеблется от 4,1% в Индонезии до 32,1% в Новой Зеландии; а в группе детей 13–14 лет от 2,1% в Албании до 32,2% в Великобритании.

В Узбекистане в течение года на диспансерном учете по поводу БА ежегодно находится 12,9% детей до 14 лет и 20,6% [6].

Здоровье детского населения и профилактика основных заболеваний среди данного контингента населения Узбекистана является важнейшей социальной и медицинской проблемой, обозначенной в правительственных указах и постановлениях последних лет [7].

Материалы и методы исследования для изучения заболеваемости бронхиальной астмой среди детей (до 14 лет) и подростков (15–18 лет) по Республике Узбекистан были использованы данные официальной статистики, поступающие в МЗ Республики Узбекистан по Ф-12 и данные представленные в сборниках «Здоровье населения и здравоохра-

нение в Республике Узбекистан» [1]. В процессе анализа применялись методы расчёта показателей общей и первичной заболеваемости на 100000 соответствующего населения, для сравнения данных в динамике применялись показатели наглядности (ранговые места) и темпа прироста [3]. Оценивался среднепериодовый коэффициент распространенности БА по областям страны за пятилетний период с 2014–2018 годы.

Результаты и обсуждение

В среднем за изучаемый период первичная и общая заболеваемость БА на 100000 в возрасте до 14 лет составила 18,3 и 64,2 соответственно. Среди подростков среднепериодовый показатель (2014–2018 гг.) составил для первичной заболеваемости 23,3 и для общей заболеваемости 92,8 на 100000 подростков 15–18 лет. Таким образом, распространенность БА в подростковом возрасте в 1,3–1,4 раза превышает аналогичные показатели среди детей младшего возраста. Рассматривая среднепериодовый показатели первичной и общей заболеваемости БА среди детей (рис. 1) и подростков (рис. 2) по областям Узбекистана необходимо отметить, что его величина, как и распространенность других неинфекционных патологий во многом зависит от климатических условий, экономического профиля области и уровня обеспеченности населения врачебной помощью [3, 5].

Так, среднепериодовый показатель общей заболеваемости бронхиальной астмой, превышающий аналогичный показатель по республике в 3 раза отмечался в наиболее жарких и засушливых Хорезмской (в 3,1), Джизакской (в 2,99) и Навоинской (в 2,95) областях. Еще одним фактором, провоцирующим высокий уровень распространенности БА в данных областях, можно считать их народнохозяйственный профиль. Так Джизакская и Хорезмская области — зоны промышленного производства хлопка, а Навоийская область отличается концентрацией химических и добывающих промышленных производств. Эти же области лидируют и по уровню первичной заболеваемости детей БА, уровень показателя здесь превышает среднереспубликанский уровень в Джизакской области в 4,0 раза, в Хорезмской и Навоийской областях в 3,2 раза.

Наиболее низкими показателями общей заболеваемости БА в среднем за последнее пятилетие отмечены среди детей в Самаркандской, Ташкентской и Сырдарьинской области. Где они соответственно в 3,5; 3,2 и 2,1 раза ниже,

чем в среднем по республике. Это обстоятельство возможно связано с более благоприятной экологической обстановкой в указанных регионах.

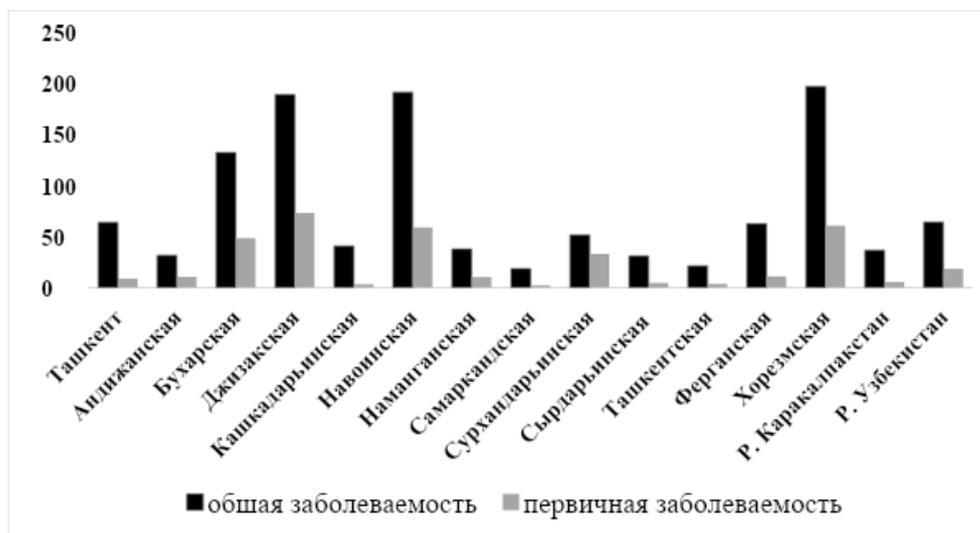


Рис. 1. Среднепериодовый показатель заболеваемости детей до 14 лет бронхиальной астмой по областям Узбекистана (на 100000 человек соответствующего возраста)

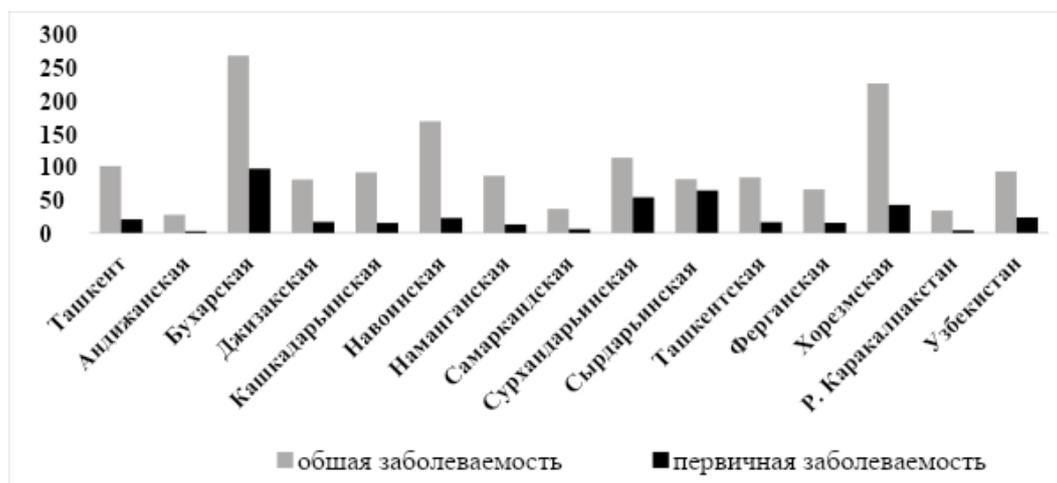


Рис. 2. Среднепериодовый показатель заболеваемости подростков 15–18 лет бронхиальной астмой по областям Узбекистана (на 100000 человек соответствующего возраста)

Рассматривая распространенность БА среди подростков 15–18 лет (рис. 2) в разрезе областей Узбекистана, можно отметить что на первом ранговом месте по уровню общей заболеваемости БА на 100000 подростков стоит Бухарская область где показатель превышен в 2,9 раза, на втором Хорезмская в 2,4 раза и на третьем Навоийская область с показателем 1,8 раза превышающим среднереспубликанский уровень. Аналогичная картина отмечается и в отношении первичной заболеваемости БА подростков. В Бухарской области уровень данного показателя в 4,1 раза превышает среднереспубликанский уровень (1 ранговое место), а в Хорезмской в 1,8 раза (3

ранговое место). Однако, на 2 ранговом месте по распространенности БА среди подростков находится Сырдарьинская область, где показатель первичной выявляемости БА среди подростков в 2,8 раза превышает среднереспубликанский уровень, при том, что по уровень первичной заболеваемости среди детей до 14 лет в этой области в 4 раза меньше чем в целом по стране. Это обстоятельство может говорить о не выявленных первичных случаях БА или об искусственном занижении показателя среди детей младшего возраста, что в конечном итоге приводит к накоплению числа больных и выявлению заболевания только в подростковом возрасте.

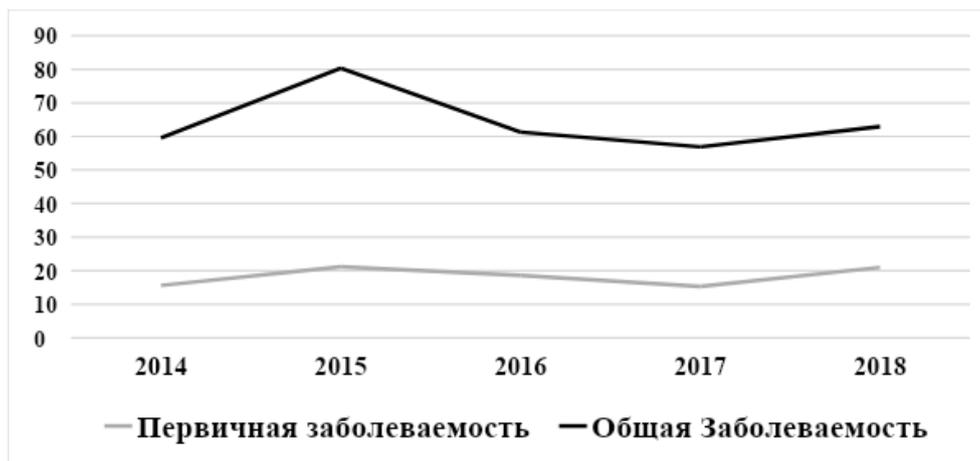


Рис. 3. Динамика первичной и общей заболеваемости бронхиальной астмой детей Узбекистана на 100000 детей в возрасте от 0 до 14 лет

В целом за пятилетие показатели общей и первичной заболеваемости БА как среди детей (рис 3), так и среди подростков (рис 4) имели тенденцию к росту. Наиболее резко уровень показателей в обоих исследуемых группах вырос

в 2015 г. по сравнению с исходным уровнем 2014 г. когда темп прироста показатели заболеваемости среди детей составил 35%, а среди подростков 21,5% для общей заболеваемости и 41,2% для первичной заболеваемости.

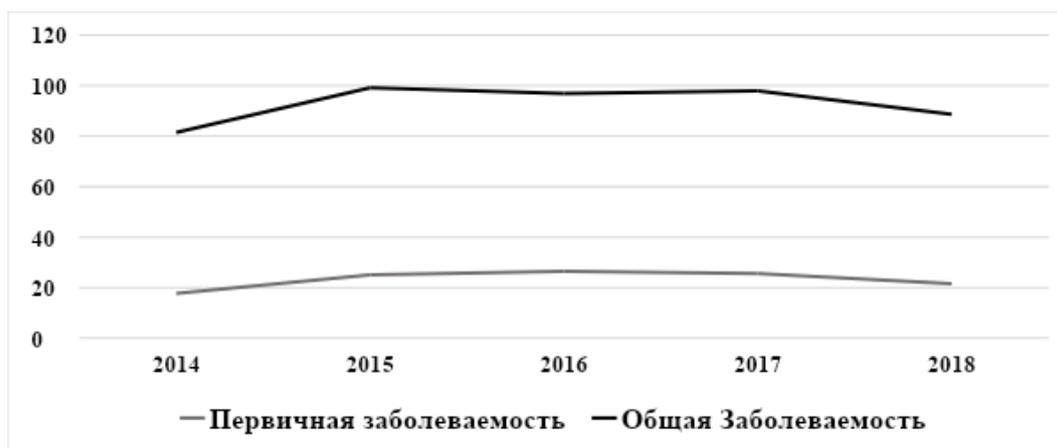


Рис. 4. Динамика первичной и общей заболеваемости бронхиальной астмой подростков Узбекистана на 100000 человек в возрасте от 15 до 18 лет

В целом за пятилетие уровень первичной заболеваемости среди детей до 14 лет вырос в 1,3 раза, а общей в 1,1 раза. Среди подростков первичная заболеваемость БА возросла в 1,2 раза, а общая распространенность в 1,1 раза.

Выводы.

Таким образом, среднепериодовый пятилетний показатель первичной и общей заболеваемости бронхиальной астмой среди детей до 14 лет составил 18,3 и 64,2 (на 100000 детей), а среди подростков 23,3 и 92,8 (на 100000 подростков) соответственно. Распространенность БА в подростковом возрасте в 1,3–1,4 раза превышает аналогичные показатели среди детей младшего возраста. В целом за пятилетие показатели общей и первичной забо-

леваемости БА как среди детей, так и среди подростков имели тенденцию к росту на 10–30%. Наиболее неблагоприятные и высокие показатели заболеваемости БА отмечались в Хорезмской, Бухарской, Навоийской и Джизакской области, а наиболее низкие показатели отмечены в Самаркандской и Ташкентской области. Детальное изучение качества оказания медицинской помощи детям и подросткам с заболеваниями органов дыхания в целом и бронхиальной астмой в частности, особенно в вышеуказанных областях позволит определить уровень и значимость факторов риска и предложить наиболее адекватные меры профилактики и медицинской помощи детям с данной патологией.

Литература:

1. Здоровье населения и здравоохранение в Республике Узбекистан // Статистические сборники — Ташкент. — 2015–2019.
2. Лисицын Ю. П. Концепция факторов риска и образа жизни // Здравоохранение Российской Федерации. — 1998. — № 3. — С. 49–52.
3. Лисицын Ю. П. Общественное здоровье и здравоохранение. — М.: ГЭОТАР Медиа, 2010. — 512 с.
4. Огнев В. А. Эпидемиология астмы и аллергии у детей // Монография: — Щедра садиба плюс. — 2015. — 336 с.
5. Рустамова Х. Е., Стожарова Н. К., Абдурашитова Ш. А. Характеристика состояния заболеваемости населения с учетом факторов внешней среды // Доктор ахборотномаси. — Самарканд, 2011. — № 3. — С. 17–19.
6. Тураева Д. М., Халматова Б. Т. Распространенность аллергических заболеваний у детей, проживающих в промышленных городах (по данным анкетирования) // Научно-исследовательские публикации. — 2015. — № 11 (31). — С 51–54.
7. Указ Президента Республики Узбекистан № ID-309 от «О мерах по кардинальному совершенствованию системы здравоохранения и социального обеспечения Республики Узбекистан» // Собрание законодательства Республики Узбекистан, 2017 г., № 23, ст. 459.
8. Brozek JL, Bousquet J, Baena-Cagnati CE, et al. Allergic Rhinitis and its Impact on Asthma (ARIA) guidelines: 2010 revision. J. Allergy Clin. Immunol. 2010; 126: 466–476
9. Yuksel H, Dinc G, Sakar A. Prevalence and comorbidity of Allergic eczema, rhinitis, and asthma in a city in Western Turkey. J. Investig. Allergol. Clin. Immunol. 2008; 18 (1): 31–35.

Факторы развития и особенности профилактики бронхолегочной дисплазии в Республике Казахстан

Саусанова Дамира Жаслановна, студент интернатуры;

Мукатаева Майя Ерлановна, студент интернатуры;

Павленко Елизавета Дмитриевна, студент интернатуры;

Батырбай Даракыз Талгаткызы, студент интернатуры;

Аширбаева Айжан Куралбековна, студент интернатуры;

Инояттоллаева Гульнора Алишеровна, студент интернатуры

Казахский национальный медицинский университет имени С. Д. Асфендиярова (г. Алматы)

Ключевые слова: бронхолегочная дисплазия, недоношенные дети, Республика Казахстан, отягощенный акушерский анамнез, профилактика.

Актуальность: Бронхолегочная дисплазия, описанная первоначально Норзвэй в 1967 году как ятрогения у глубоко недоношенных детей, длительно находившихся на искусственной вентиляции легких, в настоящее время рассматривается как вариант хронической обструктивной патологии легких [1]. В среднем, по данным разных центров, БЛД развивается у 30% новорожденных детей. В Германии ежегодно рождаются 1300 детей с БЛД (больше, чем с врожденной пневмонией), в США — 10 000–12 000, что составляет 20% из рождающихся ежегодно в этой стране 60 000 детей с экстремально низкой массой тела и очень низкой массой тела [2]. В настоящее время БЛД является наиболее распространенным хроническим заболеванием легких у детей грудного возраста и вторым по частоте после бронхиальной астмы в последующие периоды. Не было найдено никаких доказательств, связывающих антенатальные стероиды, хориоамнионит, внутриутробное ограничение роста, этническую или расовую принадлежность, использо-

вание постнатальных стероидов и развитие БЛД. В связи с изменениями критериев живорождения и улучшения качества медицинской помощи в Республики Казахстан увеличилось число детей с БЛД [3]. Исходя из вышеизложенного, ранняя диагностика и своевременные меры профилактики БЛД являются актуальной проблемой в Республике Казахстан.

Цель исследования: Изучить факторы риска и этиологию развития бронхо-легочной дисплазии в детском возрасте среди детей госпитализированных в детской городской клинической больнице № 2 в городе Алматы Республики Казахстан в период 2014–2019 гг.

Материалы и методы: В фиксированное ретроспективное исследование было включено 90 историй болезни детей, страдающих бронхолегочной дисплазией, получившие стационарное лечение в детской городской клинической больнице № 2 города Алматы Республики Казахстан в период 2014–2019 года. У всех обследованных детей были

изучены анамнестические и клинические данные, а также общепринятые лабораторные данные.

Результаты: Чаще всего госпитализировались дети с диагнозом БЛД в возрасте от 1 месяца до 1 года (64%). Мальчики составили 63%, девочки 37%. Дети казахской национальности составили 87,8%, русской 6,7%, другие национальности 5,5%. Средний срок гестации составил 26–30 недель (63,3%). Путем кесарева сечения родились 40% детей. Большинство новорожденных рождались с оценкой 4–6 баллов по шкале Апгар (60%). 87,8% новорожденных не достигали 3000 гр при рождении, из них 38,9% имели массу тела от 500 до 1000гр. Наиболее частые жалобы кашель 76%, одышка 78,9%, общие симптомы (слабость, беспокойство, снижение аппетита) 64,4%. Диагноз

при поступлении: 64,4% пневмония, 35,6% обструктивный бронхит, 80% дыхательная недостаточность. У 49% детей применялись препараты сурфактанта. СРАР применялся в 82% случаев. 79% детей получали лечение в ОРИТ. Средняя продолжительность пребывания в ОРИТ составила 8,3 суток. Средняя продолжительность пребывания в стационаре 15,8 суток. Средняя частота госпитализаций 3,7 раза в год. Заболевание протекало с тяжелой степенью течения у 72,9%. В ходе изучения акушерского анамнеза было выявлено что лишь 2 матери не имели патологий во время беременности, но при этом роды начались преждевременно. У остальных мам в 38,9% случаях в анамнезе невынашивание беременности, в 22,2% случаев найдены ВУИ, в 35,6% случаях беременность протекала на фоне токсикоза.

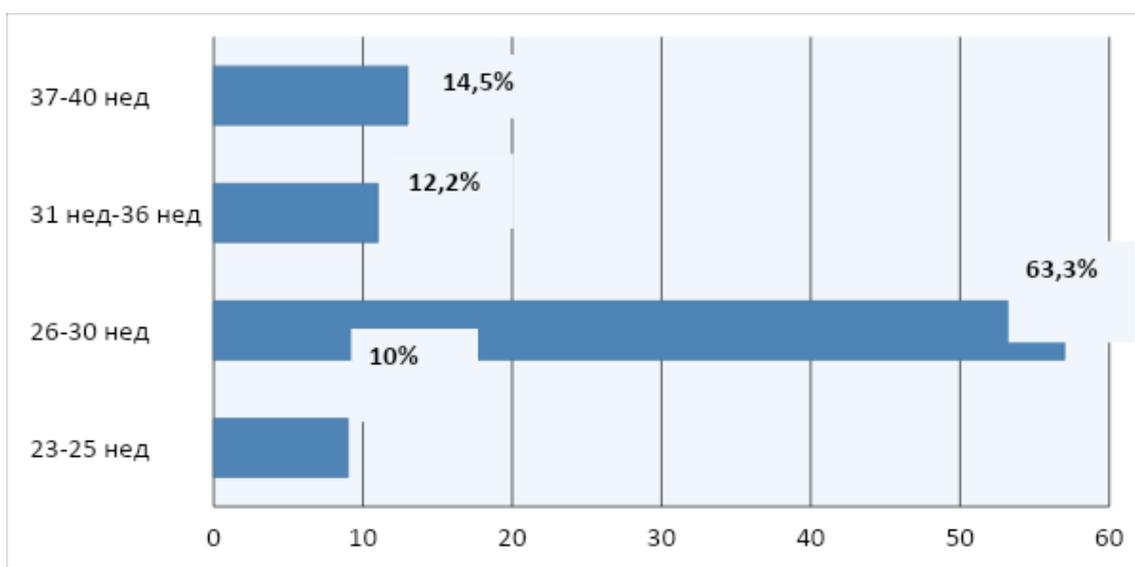


Рис.1. Срок гестации детей с развившейся БЛД

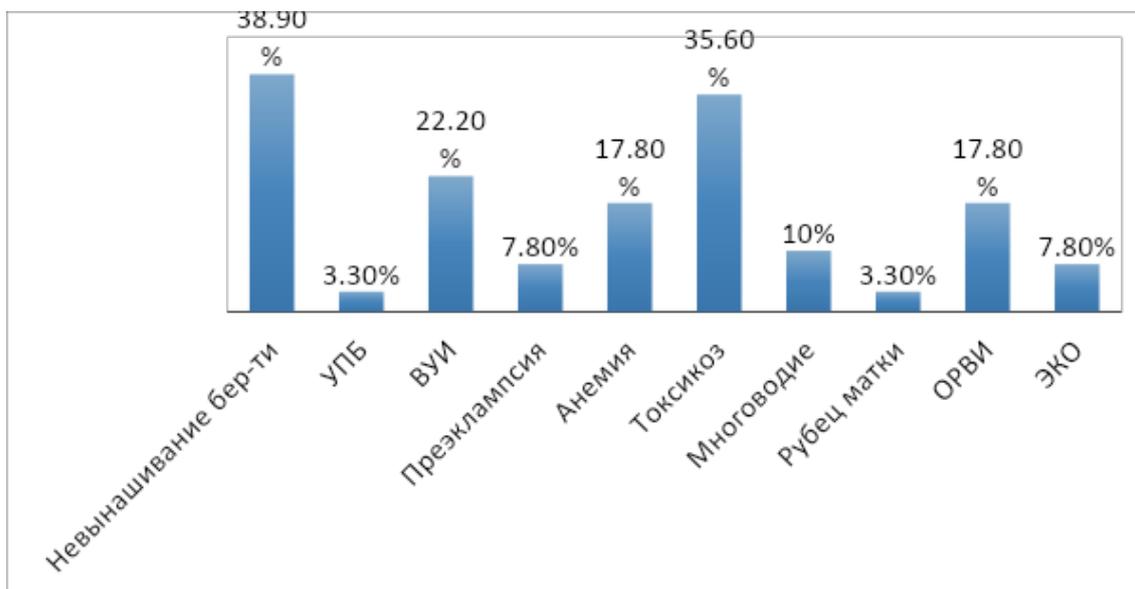


Рис. 2. Отягощенный акушерский анамнез

Выводы: Средний срок гестации составил 26–30 недель (63,3%). Путем кесарево сечения родились 40% детей. 87,8% новорожденных не достигали 3000 гр при рождении, из них 38,9% имели массу тела от 500 до 1000гр. Все обследуемые дети были рождены от матерей с различными патологиями, такие как привычное невынашивание беременности, ВУИ, многоводие, токсикоз, анемия, которые влияют на развитие плода и являются фактором риска развития БЛД.

Рекомендации: На основании проведенного исследования, имеют место рекомендации: проводить пренатальный скрининг на наличие внутриутробных инфекций, таких как: ВПГ, ЦМВ, хламидиоз, токсоплазмоз, уреоплазмоз. Проведенное исследование российскими учеными Е. Б. Павлиновой, Л. А. Кривцовой в ОмГМА показало,

что у недоношенных детей, получавших профилактическое лечение, достоверно меньше длительность проведения ИВЛ и кислородотерапии по сравнению с контролем, что позволило снизить количество неблагоприятных исходов. Таким образом, в среднем стоимость стационарного лечения пациента, получавшего профилактическую терапию, составила 143168 рублей, а затраты на лечение ребенка без профилактических мероприятий были значительно больше — 169402 рубля. Минимизация затрат при лечении одного пациента с использованием метода составила 26234 рубля [4]. При перерасчете для Казахстана экономия государственного бюджета при проведении профилактики БЛД может составить около 144287 тенге на одного пациента.

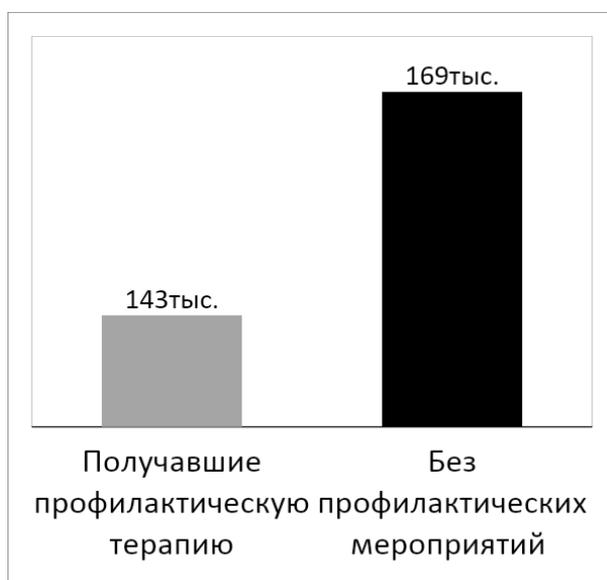


Рис. 2. Различия в стоимости стационарного лечения среди детей, получавших профилактическую терапию и детей без профилактических мероприятий

Литература:

1. Voynow JA. «New» bronchopulmonary dysplasia and chronic lung disease. Paediatr Respir Rev. 2017 Sep;24:17–18. doi: 10.1016/j.prrv.2017.06.006. Epub 2017 Jun 12. Review.
2. Jensen EA, Schmidt B. Birth Epidemiology of bronchopulmonary dysplasia. Defects Res A Clin Mol Teratol. 2014 Mar;100(3):145–57. doi: 10.1002/bdra.23235. Epub 2014 Mar 17. Review.
3. Jobe AH, Bancalari E. Am J Respir Crit Bronchopulmonary dysplasia. Care Med. 2001 Jun;163 (7):1723–9. No abstract available.
4. Анализ клинической и фармакоэкономической эффективности комплексной медикаментозной профилактики бронхолегочной дисплазии у недоношенных новорожденных. Е. Б. Павлинова, Л. А. Кривцова, Т. А. Сафонова, ОмГМА, 2018.

ВЕТЕРИНАРИЯ

Использование омелы белой (*Viscum album*) для лечения инфекционного перитонита кошек

Бушарова Юлия Викторовна, студент

Санкт-Петербургская государственная академия ветеринарной медицины

Научный руководитель: Бушарова Елена Владимировна, ведущий специалист

ГБУ «Санкт-Петербургская городская станция по борьбе с болезнями животных»

В статье автор исследует иммуномодулирующие свойства омелы белой для лечения инфекционного перитонита кошек (вызываемого коронавирусом), поскольку на данный момент специфического лечения для данного заболевания не существует и отмечается высокая смертность среди кошек, особенно при обращении на поздних стадиях заболевания.

Ключевые слова: омела белая, коронавирус, ИПК, лечение, кошки.

Коронавирусная инфекция у кошек очень распространена [5, с. 16]. Инфекция передается фекально-оральным, трансплацентарным, воздушно-капельным путями. На первом этапе вирус поражает ворсинки кишечного эпителия, при этом имеет место жидкий слизистый стул (часто с кровью), в тяжелых случаях развиваются профузные поносы и, как следствие, кахексия. Все владельцы обращают внимание на сильный неприятный запах, исходящий от каловых масс питомца. Вирус не имеет сезонных пиков. С течением времени вирус мутирует и начинает поражать эндотелий сосудов, при этом развивается заболевание, известное как инфекционный перитонит кошек (ИПК). ИПК может протекать в двух формах — выпотной и сухой перитонит. Исход заболевания зависит от времени начала лечения. При своевременно принятых мерах болезнь удается купировать [4, с. 480].

Стандартные схемы лечения комплексны, обязательно включают иммуномодуляторы, витамины и антиоксиданты [4, с. 481]. В данной статье представлены результаты лечения ИПК экстрактом омелы белой в качестве иммуномодулятора в комплексе с другими лекарственными препаратами.

Материалы и методы исследований

Коты и кошки, отобранные для исследования в группу «1», были в возрасте от 4-х месяцев до 10-ти лет: 3 кота (стерилизованные) и 5 кошек (2 — нестерилизованные, 3 — стерилизованные). У всех животных наблюдались сходные клинические признаки: угнетенное состояние, кашеобразный зловонный стул с примесью крови, клинический анализ крови показывал признаки хронической инфекции, биохимический анализ крови показывал повышение уровня трансаминаз; при проведении сонографии у 60% отмечены ультразвуковые признаки наличия свободной жидкости в брюшной полости между петлями кишечника.

Скрининг кошек проводился на базе государственных и частных клиник Санкт-Петербурга. Для исследования были взяты 8 кошек с диагнозом «ИПК, выпотная форма», подтвержденным с помощью иммуноферментного анализа и/или ПЦР (подтверждение наличия коронавирусной инфекции), данных клинического осмотра, УЗИ брюшной полости и анамнеза. Экстракт омелы белой в концентрации 1 мг/мл вводили каждые 4 дня подкожно в одно и то же место (холка), заранее выбритое для выявления специфической реакции.

Помимо экстракта омелы белой животным была назначена сопутствующая симптоматическая терапия, а именно препараты растительного происхождения Момордика композитум, Мукоза композитум, Подофиллум и Коэнзим композитум, а также ангиопротекторы (например, этамзилат) и витаминно-минеральные комплексы.

В качестве контрольной группы «2» были взяты 2 кошки и 2 кота в возрасте от 1-го года до 9-ти лет, диагноз был поставлен таким же, как и в группе «1» образом, лечение было проведено по общепринятым схемам, включавшим глюкокортикоиды, кошачий интерферон, антибиотики, витамины, вяжущие средства.

Результаты исследований

Содержащиеся в экстракте омелы белой лектины активируют преимущественно неспецифическую, реже специфическую иммунную защиту, а также сами являются иммуногенами (образование антилектиновых антител, которые снижают токсичность самих лектинов). Увеличивается количество макрофагов и их активация, стимулируется активность НК-клеток, повышается эритропоэз и активируются клетки-предшественники гранулоцитов-макрофагов. Содержащиеся в экстракте омелы белой вискотоксины оказывают иммуностимулирующее действие, повышают цитотоксичность НК-клеток [3, с. 305].

Стабилизация состояния животных в группе «1» наступала в течение месяца, жидкость в брюшной полости адсорбировалась и больше не появлялась в течение 2–4 недель, стул нормализовывался в течение 2–5 дней. В дальнейшем животные получали поддерживающую пожизненную терапию. Их состояние на данный момент оценивается как стабильное.

В группе «2» одно животное погибло через 5 дней после начала лечения, по результатам аутопсии был выявлен генерализованный васкулит (кот, стерилизованный, 6 лет). Трое животных стабилизировались в течение трех недель,

однако двое погибли в течение полугода от почечной недостаточности (на момент скрининга в начале исследования ультразвуковые признаки нефротических изменений не визуализировались), одно животное погибло через месяц после нормализации стула и общего состояния от инфаркта головного мозга (данные аутопсии).

Заключение

Полученные результаты оцениваются как положительные. Данное исследование будет продолжено, поскольку полученные данные являются перспективными.

Литература:

1. Бушарова Ю. В. Повышение уровня тропонина-I у кошек-носителей коронавирусной инфекции // Студенты — науке и практике АПК [электронный ресурс]: материалы 104-й Международной научно-практической конференции студентов и магистрантов, Витебск, 23 мая 2019 г. Витебск: ВГАВМ, 2019. С. 128.
2. Малючепко Н. В., Солопова О. Н., Егорова С. Г. Анализ специфичности антител в сыворотках пациентов, получающих терапию экстрактами омелы белой // Медицинская иммунология. 1999. № 3–4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-spetsifichnosti-antitel-v-syvorotkah-patsientov-poluchayuschih-terapiyu-ekstraktami-omely-beloy> (дата обращения: 22.04.2020).
3. Омелотерапия: комплексное клиническое применение. Руководство для практикующих врачей / под общ. ред. И. С. Ролика. М.: НОЦ НАТУРВИТА, 2005. 448 с.
4. Чандлер Э. А., Гаскелл К. Дж., Гаскелл Р. М. Болезни кошек / Пер. с англ. М.: «АКВАРИУМ ЛТД», 2002. 696 с., илл.
5. Шабейкин А. А. Распространенность коронавирусной инфекции кошек в условиях мегаполиса / А. А. Шабейкин, А. Д. Филимонова, А. В. Паршикова и др. // Аграрная наука. 2019. № 10. С. 16–19.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

К вопросу о миграционных процессах в Республике Дагестан

Абасова Заира Улубиевна, преподаватель

Дагестанский государственный университет народного хозяйства (г. Махачкала)

В статье анализируются основные социально-экономические и политические факторы миграционных процессов в Республике Дагестан. Исследуются проблемы экономического, социального и политического характера, вынуждающие мигрировать городское и сельское население республики. Рассматриваются причины внутренней и внешней миграции и их влияние на развитие региона.

Ключевые слова: Республика Дагестан, массовая миграция, миграционный отток, международная миграция, социально-экономическая ситуация Дагестана, экономика Дагестана, демографическая ситуация.

The article analyzes the main socio-economic and political factors of migration processes in the Republic of Dagestan. The article examines the problems of economic, social and political nature that force the urban and rural population of the Republic to migrate. The reasons for internal and external migration and the

Keywords: Republic of Dagestan, mass migration, migration outflow, international migration, socio-economic situation of Dagestan, economy of Dagestan, demographic situation.

Миграция населения (лат. *Migratio* — переселение) — переселение людей из одного региона (государства) в другой, в ряде случаев большими группами и на большие расстояния.

Российская учёная О. Д. Воробьёва в своих работах пишет, что миграция населения — это «любое территориальное перемещение населения, связанное с пересечением как внешних, так и внутренних границ административно-территориальных образований с целью перемены постоянного места жительства или временного пребывания на территории для осуществления учёбы или трудовой деятельности независимо от того, под преобладающим воздействием каких факторов оно происходит — притягивающих или выталкивающих» [3].

Миграция — один из самых динамичных процессов, влияющий на численность населения, его возрастной и национальный состав, количественную и качественную составляющую трудовых ресурсов. Она участвует в формировании структуры и изменении состава населения, трудового потенциала территории, способствуя социально-экономическому развитию и разностороннему развитию личности.

Начавшийся с конца 20 века процесс оттока населения в Республике Дагестан, обусловленный отсутствием необходимых рабочих мест и нестабильной социально-политической обстановкой, еще не завершен. Республика Дагестан — это один из субъектов федерации с достаточно высоким уровнем безработицы, в котором причиной миграции является избыток незанятого населения. В последние годы этот процесс в республике возрастает, и, несмо-

тря на высокий естественный прирост, становится угрозой демографической ситуации региона, требующей усиления внимания к этой проблеме со стороны Правительства, местных администраций и в целом общественности Дагестана.

Массовая миграция населения не может не сказаться на экономике республики. Она приводит к изменению ее структуры и последующему развалу, которые затрагивая экономическую безопасность, способствуют возникновению социальной напряженности.

В советский период основную часть населения Дагестана составляли жители сел и районов. Согласно переписи 1989 года, на их долю приходилось 56,8% всего населения республики. С 90-х годов ситуация стала меняться. Главной причиной сельской миграции становится то, что сельское хозяйство Дагестана перестает быть рентабельным из-за отставания в механизации, недостаточности земель сельскохозяйственного назначения и несоответствия тяжелых условий труда и уровня доходов. Кроме того, растущий естественный прирост трудоспособного населения в республике привел к тому, что люди в массовом порядке стали покидать села, и отток населения из сельской местности в города Дагестана и в центральные города Российской Федерации, возрос.

Начало следующего этапа пришлось на период с конца 80-х начала 90-х годов и был связан с оттоком горских евреев или татов — одной из этнических групп Дагестана, насчитывавшей тогда вместе с другими группами евреев 18,7 тыс. человек (1991 г.). Основными причинами отъезда гор-

ских евреев были нестабильность социально-экономической и политической обстановки кавказского региона и открытие выезда в Израиль. [3]

Позже, первая и вторая чеченская кампании запустили процессы международной миграции трудоспособного населения Дагестана, когда целыми семьями, используя статус беженцев и вынужденных переселенцев, люди массово покидали республику и оседали в странах Европы, таких как Германия, Франция, Швеция, Турция. и т. д.

Начало военных действий в Чеченской Республике в 1994 г. приводит к оттоку и русского населения. Численность русских в период с 1990 г. уменьшается почти на 30%.

С распадом Советского Союза, последовавшим за реформами 90-х годов, усугубилась экономическая ситуация в республике. Дагестан теряет устойчивые социально-экономической позиции, процессы приватизации массово охватывают все сферы общественного хозяйствования, почти все предприятия и заводы до этого успешно функционировавшие, закрываются. Доходы населения резко падают, безработица приобретает массовый характер и это становится причиной внешней миграции. Тяжелая материальная ситуация заставляет молодое трудоспособное население выезжать за пределы региона, в центральную и среднюю часть России в поисках рабочих мест. Пик экономического кризиса в России на тот период приводит к усилению миграционного оттока в республике.

В 2008 году происходит стабилизация экономической и социальной жизни в республике, однако, проблема нехватки рабочих мест сохраняется и мигрирование населения в другие регионы России в поисках заработка, увеличивается. Происходящие последнее десятилетие в республике миграционные процессы, имеют неустойчивый характер, они быстро меняют направление, изменяются масштабы, характеризуются неоднородностью структуры и интенсивностью. [2]

Например, сегодня немаловажным фактором оттока населения из Дагестана становится так называемая учебная миграция. Окончив школы, выпускники уезжают из республики, чтобы поступить в учебные заведения других городов. Молодые люди останавливают свой выбор на учебе в ВУЗах других крупных городов страны ввиду высокого качества получаемого образования в них и возможности

последующего трудоустройства по полученной специальности, т. к. местные предприятия и организации не заинтересованы в молодых кадрах и работодатели отдают предпочтение, в основном, специалистам со стажем.

Выбор падает на следующие города — Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Ростов-на-Дону, Тюмень, Екатеринбург. Сложившийся уровень оплаты труда в Республике, который составляет порядка 20–25 тыс. р., не устраивает молодое трудоспособное население и это обстоятельство также усиливает миграционный отток.

Согласно результатам социологического опроса «Тенденции миграционных процессов в Республике Дагестан», который проводился среди молодого населения в возрасте до 35 лет, было выявлено, что большинство участников опроса положительно относятся к теме трудовой миграции.

Целью анкетирования стало выяснение тенденций внешней миграции, так как основными вопросами, задаваемыми респондентам были вопросы о материальной составляющей и трудовых мотивациях.

Большее количество опрошенных (51%) на вопрос о том, желают ли они на длительный период времени уехать из республики, если уровень оплаты труда на выезде будет соответствовать их требованиям, ответили утвердительно.

Сегодня двигателем миграционных процессов в Дагестане являются как объективные, так и субъективные факторы. К причинам субъективного характера населения можно отнести их высокую предпринимательскую активность, склонность к экономическим рискам и новациям.

Но сохраняющийся низкий уровень жизни людей, природно-климатические условия, ситуация с занятостью на рынке труда, безработица, экономическая и политическая ситуация, экология, все эти факторы влияют на общество и формируют в нем миграционный настрой.

К сожалению, уже многие годы в республике миграция приводит к безвозвратной потере человеческого потенциала, и это представляет серьезную проблему для Дагестана. Поэтому решение социальных вопросов, повышение уровня и качества жизни населения с помощью программ экономического и социального характера, создание условий для развития человеческого капитала в будущем станут главными факторами сохранения населения и демографической стабильности региона.

Литература:

1. Абдуллаев, А. А. Природно-географические и социально-экономические факторы миграции в Республике Дагестан / А. А. Абдуллаев. — Текст: непосредственный, электронный // Молодой ученый. — 2015. — № 21 (101). — С. 678–681. — URL: <https://moluch.ru/archive/101/22789/> (дата обращения: 19.04.2020).
2. Абилов М. Х., Абдулманов П. Г. Современная миграционная картина Республики Дагестан // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 2. С. 259.
3. Воробьева О. Д. Миграционные процессы населения: вопросы теории и государственной миграционной политики // Проблемы правового регулирования миграционных процессов на территории Российской Федерации / Аналитический сборник Совета Федерации ФС России — 2003. — № 9 (202). — С. 35.
4. Дугричилова М. М., Айдаева С. А., Расулов Р. М. Миграционные процессы и социально-экономические проблемы региона // В сборнике: Проблемы развития национальной экономики в условиях глобальных инновационных пре-

образований материалы всероссийской научно-практической конференции. Под ред. Казиевой Ж. Н. — 2018. — С. 150–154.

5. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2018: Р32 Стат. сб. / Росстат. — М., 2018. — С.507.

Управление движением денежных средств и обеспечение финансовой устойчивости корпорации

Аристова Анжела Васильевна, студент магистратуры

Международный банковский институт имени Анатолия Собчака (г. Санкт-Петербург)

В данной статье рассмотрены основные методы управления остатком денежных средств на расчетном счете и в кассе организации, представлены основные преимущества операционных, научных и оценочных моделей. Были исследованы возможности применения механизма управления движением денежных средств на примере корпорации ПАО «Газпром».

Ключевые слова: движение денежных средств, оптимальный остаток денежных средств, обеспечение финансовой устойчивости.

Одной из основных целей функционирования предприятий различных сфер деятельности является развитие финансово-хозяйственной деятельности компании за счет обеспечения высокого уровня платежеспособности, рентабельности и финансовой устойчивости. По нашему мнению, достижение данной цели возможно лишь при построении четкого и структурированного механизма управлением денежными потоками. [1, с. 23]

Рассмотрим основные теоретические и практические методики и инструменты управления движением денежных средств, используемые в современных условиях хозяйствования М. А. Лимитовский, В. П. Парламчук и Е. Н. Лобанова предлагают методику управления движением денежных средств, состоящую из 4 основных этапов:

1. Расчет операционного и финансового цикла;
2. Анализ движения денежных средств;
3. Прогнозирование денежных потоков;
4. Определение оптимального уровня денежных средств.

Одним из наиболее важных вопросов, с которым сталкиваются финансовые менеджеры в компаниях, является 4 этап, а именно определение оптимального остатка денежных средств на расчетном счете. Этот вопрос вызывает определенные сложности, так как хранение больших остатков денежных средств является неэффективным в связи с потерей потенциальной возможности инвестирования ресурсов в развитие деятельности компании. Наличие недостаточного количества денежных средств также негативно отражается на финансовой устойчивости, потому что дефицит денежных средств может являться причиной неплатежеспособности и необходимости привлечения дополнительного заемного капитала, что соответственно снижает финансовую устойчивость. [2, с. 32]

Предлагаем рассмотреть модели в следующей условной классификации, так как модели различаются по своему назначению. Классификация представлена на рисунке 1.

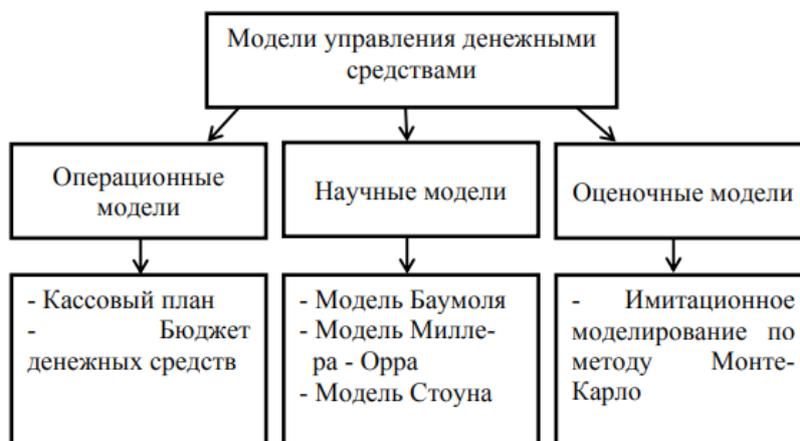


Рис. 1. Классификация моделей определения остатка денежных средств

По мнению К. В. Екимовой, И. П. Савельевой и К. В. Кардапольцева кассового плана денежных средств является

наиболее часто встречающейся на практике. Суть модели заключается в том, что в кассовый план вносятся все пла-

тежи, которые компания планирует произвести и получить в будущем на основе реальных договоров. Основной целью при планировании движения денежных потоков считают определение минимальной потребности в текущих активах и обеспечение оптимального уровня ликвидности.

По нашему мнению, недостатком данной модели является учет только фактических данных. Однако в процессе ведения финансово-хозяйственной деятельности компания может столкнуться с различными форс-мажорными ситуациями, например, срочная оплата штрафа, или с проблемами на рынке, например, сильной волатильностью иностранной валюты.

В данных ситуациях у компании будет недостаточно денежных средств на расчетном счете, в связи, с чем придется, вероятнее всего, привлекать заемные средства. Далее перейдем к рассмотрению наиболее распространенных научных моделей. Первой оптимизационной моделью является модель В. Баумоля. Модель Баумоля построена на основании предпосылок, что компания начинает функционировать, имея на счетах целесообразный и максимальный остаток денежных средств на счетах.

В процессе операционной деятельности, компания расходует денежные средства в течение ограниченного периода времени, а все поступающие денежные средства вкладываются в покупку краткосрочных ценных бумаг. Как только запас денежных средств истощается, компания продает часть ценных бумаг и тем самым получает денежные средства на расчетный счет.

В связи с тем, что модель В. Баумоля не позволяла учитывать хаотическое изменение денежных потоков, модель Миллера-Орра стала ее логическим продолжением. Смысл модели заключается в том, что остаток денежных средств на расчетном счете хаотически изме-

няется до тех пор, пока не достигнет верхнего предела. В момент достижения верхнего предела компания начнет покупать ценные бумаги для уменьшения денежного запаса и возврата границ его нижнего и верхнего пределов. Если объем денежных средств достигает нижнего предела, то в этом случае компания начинает продавать ценные бумаги до восстановления нормальной платежеспособности. [3, с. 32]

Следует отметить, что из моделей, которые заведомо являются приближенными, не следует количественный критерий этой приближенности. Поэтому остаются неясными условия применимости этих моделей.

На сегодняшний день, компания ПАО «Газпром» является одной из крупнейших транснациональных корпораций не только в РФ, но и в мировой экономике. Компания является наследницей советской монополии в области газовой промышленности.

Если же говорить о том, какие направления деятельности свойственны для ПАО «Газпром», то к ним можно отнести:

1. Добычу газа, ее переработку и поставки на международные и отечественные рынки;
2. Разработка и освоение новых территорий, хранящих полезные ископаемые;
3. Международное сотрудничество в области нефтегазовой промышленности и т. д.

Деятельность компании в условиях рынка осуществляет персонал компании, который призван решать основные цели и задачи на ближайшую перспективу.

Исследовав краткую характеристику деятельности ПАО «Газпром» перейдем к рассмотрению основных показателей финансово-хозяйственной деятельности компании. Данные за последние годы отобразим в таблице 1.

Таблица 1. Основные показатели деятельности ПАО «Газпром» за 2016–2018 гг.

Показатель, в тыс.руб	2016 год	2017 год	2018 год	Темп роста в%	
				2017 к 2016	2018 к 2017
1. Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг	3 934 488 441	4 313 031 616	5 179 549 285	+9,62	+20,09
2. Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	2 230 262 682	2 542 931 768	2 618 406 690	+14,02	+2,97
3. Чистая прибыль	411 424 597	100 297 977	933 136 526	-75,62	+830,36
4. Валовая прибыль	1 704 225 759	1 770 099 848	2 561 142 595	+3,87	+44,69
5. Дебиторская задолженность	1 759 887 954	1 740 091 831	2 120 688 193	-1,12	+21,87
6. Кредиторская задолженность	755 889 069	964 792 138	1 078 815 391	+27,64	+11,82

Рассмотрим также показатели рентабельности ПАО «Газпром».

Таблица 2. Показатели рентабельности компании ПАО «Газпром» за 2016–2018 гг.

Показатель в%	2016 год	2017 год	2018 год
Рентабельность прибыли от продаж	12%	13%	23%
Рентабельность прибыли за год	16%	12%	19%

Исходя из данных, представленных в таблице 2, можно охарактеризовать работу ПАО «Газпром» за 2016–2018 годы следующим образом:

- показатели выручки стабильно увеличиваются каждый год, в 2017 году по сравнению с 2016 наблюдается прирост 9,62%, а в 2018 по сравнению с 2017 годом — 20,09%.
- наблюдается также ежегодное увеличение себестоимость проданных товаров, однако 2017 год в этом плане был несколько успешнее: по сравнению с 2016 годом себестоимость выросла на 14,02%, а в 2018 году прирост был всего 2,97%.
- с показателем валовой прибыли всё в точности наоборот: в 2017 году наблюдается небольшой прирост 3,87%, зато в 2018 году по сравнению с 2017 он составил уже 44,69%.

- в 2017 году чистая прибыль уменьшилась по сравнению с 2016 годом на 75,62%, зато в 2018 году наблюдается очень большой прирост — 830,36%. В общем, в период с 2016 по 2018 год чистая прибыль выросла на 44%
- в 2017 году наблюдается снижение дебиторской задолженности на 1,12%, а в 2018 году она увеличилась на 21,87% по сравнению с прошлым годом.
- кредиторская задолженность в 2017 году по сравнению с 2016 увеличилась на 27,64%, а в 2018 году на 11,82%. В общем в 2018 году по сравнению с 2016 кредиторская задолженность выросла на 30%. В целом мы видим, что на протяжении этих трёх лет дебиторская задолженность превышает кредиторскую.

Отообразим на графике соотношение дебиторской и кредиторской задолженности.

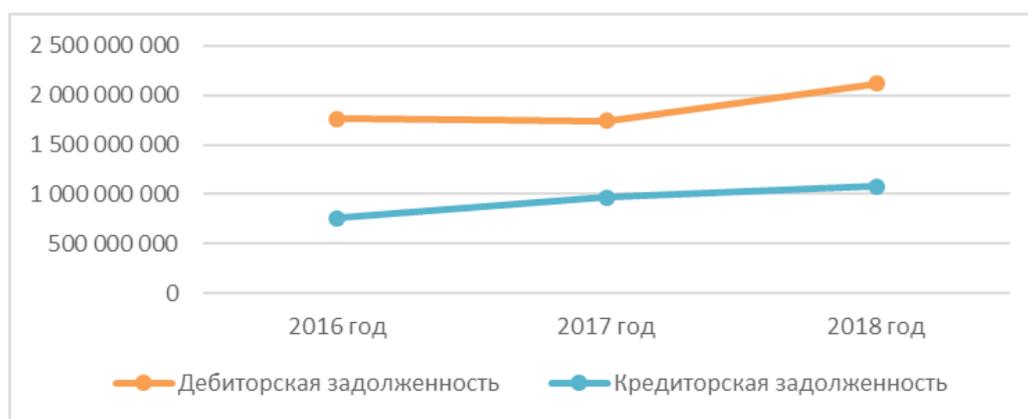


Рис. 2. Соотношение кредиторской и дебиторской задолженности ОАО «Газпром» за 2016–2018 гг.

Исходя из нашего исследования, динамику показателей ПАО «Газпром» можно охарактеризовать как положительную.

Производственный процесс в ПАО «Газпром» и совокупный механизм использования оборотных средств, несмотря на свою цикличность, имеет ряд проблем, среди которых:

1. значительные усилия на координацию всех производственных процессов для обеспечения бесперебойной работы;
2. большая нагрузка на обслуживающее производство;
3. высокая стоимость специализированного оборудования и сложность его обслуживания и наладки;
4. относительная сложность организации работы цехов.
5. низкий показатель использования основных средств
6. нецелевое использование финансовых средств в компании и т. д.

Для того, чтобы преодолеть вышеназванные проблемы и сделать деятельность компании более эффективной необходимо:

1. Повышение технико-экономического уровня производства: внедрение новой техники и технологии, механизация и автоматизация производства;

2. Внедрение новых видов материальных ресурсов и улучшение использования применяемых;

3. Совершенствование управления, организации производства и труда;

4. Мотивирование сотрудников на основе рациональной системы стимулирование труда;

5. Улучшение использования основных средств и производственных ресурсов

6. Усиление контрольно-надзорной деятельности за использованием финансовых средств

7. Увеличение загрузки основных средств и фондов компании с целью повышения ее рентабельности и др.

Для того, чтобы выяснить рациональность приложенных направлений, оценим их эффективность, данные о которой представим в таблице 3.

По нашему мнению, на текущий момент вопросы планирования оптимального остатка денежных средств на расчетном счете исследованы недостаточно полно, так как часть моделей, таких как модель бюджета движения денежных средств, модель кассового плана, имеют статичный характер и позволяют достаточно точно планировать операционный денежный поток компании.

Таблица 3. Оценка эффективности мероприятий

	Срок реализации	Ожидаемый эффект	Затраты
Совершенствование работы с внешними клиентами и организациями	1 год	Появление новых клиентов, расширение рынка	На рекламу и маркетинг 100–300 т.рублей
Увеличение объемов реализованной продукции	2 года	Рост прибыли компании	Рост затрат на производство 1–2 млн рублей
Стабилизация системы премирования и стимулирования работников	1 год	Нахождение баланса между системой мотивации различных категорий работников	Не требуется финансовых затрат. Необходимо пересмотреть существующую систему мотивации сотрудников
Уравнивание премий и материальных стимулов между различными категориями работников	1 год	Повышение уровня мотивации работников	Затраты на реализацию составят 1.5 млн рублей
Усиление контрольно-надзорной деятельности за использованием финансовых средств	1 год	Предотвращение хищения и потерь при производственном процессе	Не требует затрат
Увеличение загруженности основных средств и фондов компании с целью повышения ее рентабельности	1–3 года	Увеличение объемов производства	Не требует затрат

Однако они не позволяют оценить разумность или неразумность потенциальных сделок. Поэтому основной проблемой исследований современных ученых так и остается

вопрос оптимизации остатка денежных средств с учетом специфики сезонных и иных колебаний.

Литература:

1. Екимова К. В. Финансовый менеджмент: учебник для прикладного бакалавриата / К. В. Екимова, И. П. Савельева, К. В. Кардапольцев. — Издательство Юрайт — 2019. — 143 с.
2. Лобанова. Е. Н. Корпоративный финансовый менеджмент: учеб.-практич. пособие/М. А. Лимитовский, Е. Н. Лобанова, В. Б. Минансян, В. П. Парламчук. — М.: Издательство Юрайт — 2019. — 244 с.
3. Мельников Е. Н. Сравнительный анализ существующих моделей управления денежным потоком. / Аудит и финансовый анализ — 2017. — №4. — с. 1–5.
4. Невазайкин Н. В. Финансовый менеджмент: учебник для академического бакалавриата / В. Н. Невазайкин, И. Л. Юрзинова. — М.: Издательство Юрайт — 2019. — 114 с.
5. Финансовый менеджмент: проблемы и решения в 2 ч. Часть 1: учебник для бакалавриата и магистратуры / А. З. Бобылева [и др.]; отв. ред. А. З. Бобылева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 221 с.

Повышение эффективности транспортировки в цепях поставок

Баранова Екатерина Алексеевна, студент

Научный руководитель: Федотов Александр Владленович, доктор экономических наук, профессор
Технологический университет (г. Королев)

Актуальность исследуемой темы вызвана нарастающей модернизацией экономико-политической ситуации России, и эти изменения в первую очередь, коснулись логистического обеспечения грузоперевозок, поскольку они требуют создания новых механизмов для повышения уровня эффективности транспортировки.

В настоящей статье рассматривается совокупность вопросов посвященных транспортировке грузов и повышению ее эффективности в цепях поставок. Проведен анализ выбора транспорта и грузооборота за 2017–2019 годы, раскрыты основные понятия цепи поставок и выявлена взаимосвязь грузоперевозок в цепях поставок, предложены инструменты повышения эффективности транспортировки грузов.

Ключевые слова: транспортировка, цепи поставок, повышение эффективности, инструменты, логистика.

Improving transportation efficiency in supply chains

Baranova Ekaterina Alekseevna, student

Scientific adviser: Fedotov Aleksandr Vladlenovich, doctor of economic sciences, professor

University of Technology (Korolev)

The relevance of the research topic is caused by the increasing modernization of the economic and political situation in Russia, and these changes primarily affected the logistics of cargo transportation, since they require the creation of new mechanisms to increase the level of transportation efficiency.

This article discusses a set of issues related to cargo transportation and improving its efficiency in supply chains. The analysis of the choice of transport and turnover for the 2017–2019 years, disclosed basic concepts of supply chain and the interrelation of transportation in supply chains, the proposed tools improve the efficiency of transportation.

Keywords: transportation, supply chains, efficiency improvement, tools, logistics.

Повышение эффективности цепей поставок, одна из ключевых задач, необходимых для развития транспортной логистики, которая заключается в поисках способов минимизации затрат на транспортировку и совершенствования операций по логистике.

В настоящее время успешное функционирование российской экономики возможно только при условии современной системы логистики. Транспортная логистика с ее структурными элементами цепей поставок занимает особую важную роль в региональных, национальных, международ-

ных логистических системах, поскольку приобретают всё большее значение цепи поставок и управление ими.

На данный период логистического развития страны на транспортную составляющую приходится от 45 до 70% общих затрат в цепях поставок. Исходя из мировой статистики транспортная составляющая в структуре общих логистических затрат лидирует во многих странах. В таблице 1 отражены ключевые моменты показывающие общий объем грузов за 2017–2019 годы, перевозимых различными видами транспорта.

Таблица 1. Перевозки грузов по видам транспорта (млн тонн)

	2017	2018	2019
Транспорт — всего	8 073	8 265	8 571
в том числе:			
железнодорожный	1 384	1 411	1 379
автомобильный	5 404	5 544	5 735
трубопроводный	1 138	1 169	1 159
в том числе:			
газопроводный	549	566	579
нефтепроводный	553	561	532
нефтепродуктопроводный	36	42	43
<i>Продолжение таблицы 1</i>			
морской	26	23	18,4
внутренний водный	119	116	127
воздушный	1,3	1,3	1,4

[Таблица составлена автором на базе данных Росстат] [9].

Таким образом, опираясь на данные в таблице 1 резюмируем, что грузооборот российского транспорта показывает стабильный рост на протяжении последних нескольких лет. За 2017 год грузооборот составил 8073 млн тонн (РосСтат). В 2018 году грузооборот российского транспорта по Российской Федерации увеличился на 2,8%, а объем перевозимых грузов — на 2,4%. За период 2019 года рост продолжился.

Основа исследования

Транспортировка является ключевой логистической функцией, связанной с перемещением товаров, материаль-

ных ресурсов, готовой продукции в транспортных средствах по определенной технологии.

Современные цепи поставок особо значимы для всей логистической сферы и их транспортное обслуживание обеспечивается всеми существующим видами транспорта. Эффективное продвижение товаров в цепях поставок требует скоординированного выполнения транспортировки и совершения всех необходимых операций по доставке товаров [3, с.29].

В свою очередь под «цепью поставок» понимается совокупность потоков и процессов логистического обеспе-

чения, которые связаны по средствам последовательности со всеми звеньями цепи, и служат для удовлетворения требований потребителей в товарах и услугах.

Сущность цепей поставок изучались многими учеными, поэтому среди особо значимых исследований можно выделить работы В. И. Сергеева и Д. Уотерса. Второй, в свою очередь, определяет «цепь поставок» как совокупность ряда видов деятельности и организаций, через которые материалы проходят во время своего перемещения от по-

ставщиков начального уровня до конечных потребителей; Цепь поставок — это последовательность событий, предназначенных для удовлетворения потребностей потребителя» [5, с.26].

В зависимости от количества звеньев цепи поставок, имеется несколько уровней: прямая, расширенная и многофункциональная. На рисунке 1. показаны способы функционирования цепей поставок логистики на транспортировку грузов [2, с. 90].

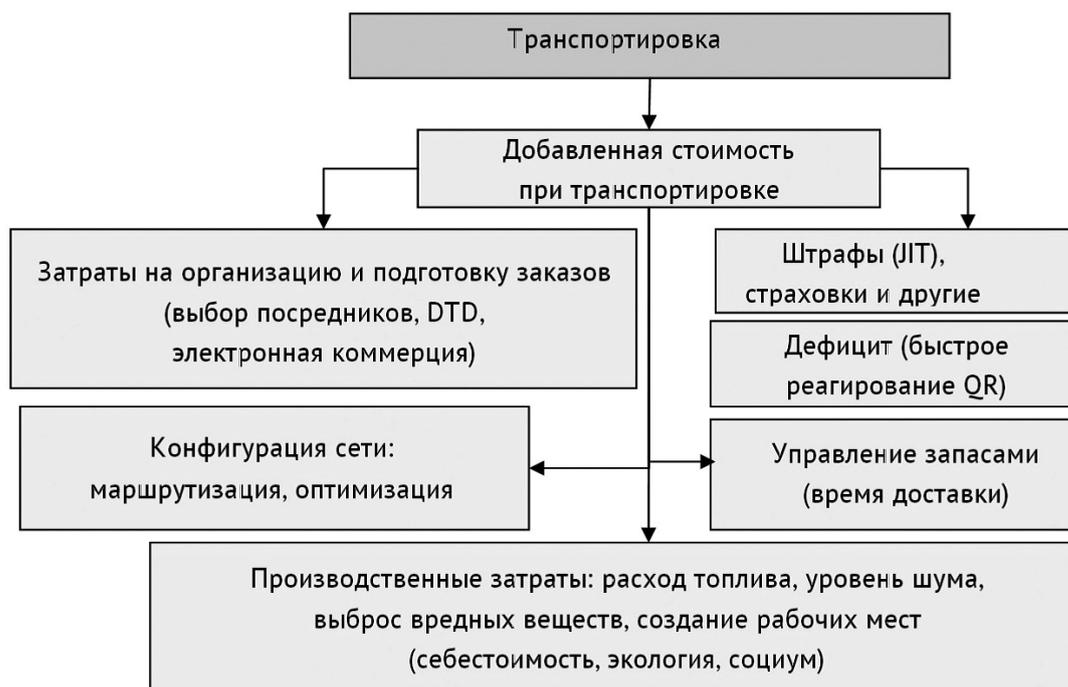


Рис. 1. Функционирование цепей поставок при транспортировке [4]

На сегодняшний день технологии поставок грузов руководствуются методами, отраженными в таблице 2.

Таблица 2. Основные методы, используемые при управлении перевозками в цепях поставок

Модели	Операции и действия при транспортировке
1. Модели выбора: прогнозы, рейтинги, опросы и прочее. 2. Принятие решений происходит в условиях неопределенности риска и конкуренции. (При этом активно применяются метод экспертных оценок и экономический анализ) 3. Модель моделирования избирается, опираясь на параметры программирования, теории вероятностей и транспортных задач 4. Информационная модель — формируется на основе полученных статистических данных	1. Осуществляется выбор транспорта и стратегии перевозки. 2. Не мало важную роль имеет расчет параметров грузоместности и показателей эффективности логистической деятельности (KPI) 3. Планирование себестоимости, ценообразования и тарифа транспортировки 4. Учитываются и рассчитываются данные о маршрутах перевозки, грузоподъемности транспортного средства, а также расположение цепей поставок. 5. Производится учет количества транспортных средств и планирование доставки грузов (например, по технологии «Just in Time»).

[Таблица составлена автором].

Таблица 2 содержит в себе характеристику задач выбора и принятия решений, и совершенствования параме-

тров существующих в настоящее время транспортных бизнес-процессов.

Повышение эффективности транспортировки: необходимость и предложения

Существует вопрос: «Для чего необходимо повышать эффективность транспортировки? Какими способами?»

Необходимость повышения эффективности транспортировки необходимо в первую очередь для поддержания экономического положения в РФ, увеличения ее конкурентоспособности и независимости от экономической ситуации. В настоящее время такой подход особенно актуален, поскольку спрос на доставку грузов очень высок. При повышении механизмов транспортировки грузов необходимо учитывать ряд факторов:

1. современное производственное оборудование;
2. хорошее санитарное состояние производственных цехов;
3. локализация всех закупок предприятия в одном подразделении;
4. высокий уровень механизации труда на складе [4];

5. современная автоматизация отдельных процессов управления транспортом;

6. высокий уровень сбора статистического материала для анализа;

7. оснащение транспортных средств новыми технологиями;

8. активное использование повышения персонала на производстве;

9. своевременная оплата труда операционного персонала;

10. достойная социальная поддержка сотрудников предприятия;

11. увеличение и модернизация производственных мощностей;

12. отлаженная работа логистов на предприятии [8]

Немаловажную роль в данном процессе играет создание бесперебойной доставки сырья и выстраивание эффективной системы продаж готовой продукции как основных конкурентных преимуществ предприятия-перевозчика [6].

Относительные характеристики видов транспорта

Характеристика	Железнодорожный транспорт	Автотранспорт	Водный транспорт	Воздушный транспорт	Трубопроводы
Скорость	3	2	4	1	5
Доступность	2	1	4	3	5
Надежность	3	2	4	5	1
Грузоподъемность	2	3	1	4	5
Частота отправок	4	2	5	3	1
Суммарная оценка	14	10	18	16	17

Структура издержек различных видов транспорта

Вид транспорта	Издержки	
	Постоянные	Переменные
Железнодорожный	Высокие расходы на подвижной состав, терминалы, рельсовые пути и др.	Низкий уровень
Автомобильный	Низкие издержки (шо ссе уже по строены и поддерживаются из дорожных фондов)	Средний уровень (горючее, техническое обслуживание и пр.)
Водный	На среднем уровне (суда и оборудование)	Низкий уровень (возможна разовая перевозка большого тоннажа)
Воздушный	Низкий уровень (самолеты, погрузочно-разгрузочное оборудование, контейнеры)	Высокий уровень (горючее, оплата труда, техническое обслуживание и пр.)
Трубопроводный	Самый высокий уровень (земля, строительство, насосные станции, системы контроля и управления)	Самый низкий уровень (затраты на оплату труда крайне незначительны)

Рис. 2. Эффективность транспортировки по видам транспорта [7]

Говоря о эффективности транспортировки, то при выборе транспортного средств компания-перевозчик действует исходя из критериев, отраженных на рисунке 2 и в таблице 2. Рисунок 2 показывает, как именно происходит выбор транспортного средства для доставки грузов и совокупность издержек для каждого из них.

Исходя из сегодняшней экономической ситуации в России, делаем вывод, что самый востребованным способом

транспортировки в данный момент — автомобильный. Востребованность автомобильной перевозки объясняется тем, что границы международных сообщений закрыты, по причине вспышки коронавирусной инфекции, а требуется поставлять продукты питания, медикаменты и вещи первой необходимости по принципу «от двери к двери». Поэтому для эффективности повешения транспортировки предлагаются следующие меры:

1. использование приборов учета данных;
2. автоматизация процессов по подбору маршрута следования;
3. использование терморегулирующих приборов (в транспорте);
4. разработка и введение в эксплуатацию программного обеспечения по поиску логистических заказов с использованием систем навигации;
5. строгое соблюдение нормированности рабочего дня для экспедиторов.

Для повышения эффективности транспортировки в цепях поставок необходимо уделить особое внимание развитию навыков заполнения основных транспортно-экспедиционных документов, продолжать совершенствование

логистической концепции, разработать программное обеспечение, которое будет производить отслеживание загруженности логистических каналов и перераспределять на более свободные звенья системы.

Модернизация транспортировки позволит увеличить скорость доставки грузов, и тем самым снизит логистические затраты в целом, что позволит сделать цепь поставок более мобильной и структурированной.

На наш взгляд, учитывание всех вышеизложенных в исследовании факторов и применение новых технологий позволит повысить эффективность транспортировки в цепях поставок и послужит развитию логистики в сфере доставки грузов.

Литература:

1. Королева Елена Арсентьевна. Анализ основных направлений развития методов оценки транспортировки в цепях поставок // Королева Е. А. Изд-во Международный центр научного партнерства «Новая Наука» 2018–117–128с. [Электронный ресурс- режим доступа: <https://www.elibrary.ru>]
2. Крылатков П. П. Управление цепью поставок (SCM): учеб. пособие / сост. П. П. Крылатков, М. А. Прилуцкая. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. — 140 с. ISBN 978-5-7996-2269-5
3. Носков А. А. Методы оценки эффективности транспортно-логистических операций в цепях поставок: Статья, СПб.: С.-Петербург 2017–10 с.
4. Селезнева Н. Т. Управление цепями поставок в России — миф или реальность? // Логистика и управление цепями поставок. 2017. № 1. С. 14–33.
5. Сергеев В. И Корпоративная логистика в вопросах и ответах. Под ред. проф. В. И. Сергеева. М.: ИНФРА-М, изд. 3–2016. — 976 с.
6. Сергунинова Е. А. Управление цепями поставок: учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2016. 127 с <https://yandex.ru/images/>
7. <https://sitmag.ru/article/9652-effektivnoe-upravlenie-tsepyami-postavok-razrabotka-sbytovoy-politiki-predpriyatiya-novye-vozmozhnosti> - Журнал «склад и техника» № 3 2019–115с.
8. <https://www.gks.ru/> — оф. сайт РосСтат

Задачи кадровой политики в формировании кадрового потенциала организаций

Бородина Валерия Андреевна, студент магистратуры;

Бондарь Полина Павловна, студент магистратуры

Северо-Кавказский федеральный университет (г. Ставрополь)

Ключевые слова: *кадровый потенциал, кадровая политика, человеческие ресурсы, управление.*

Условия, в которых функционируют организации в настоящее время, во многом определяют порядок и правила составления и реализации кадровой политики. Под кадровой политикой понимается совокупность определенных и четко заданных целей организации на предмет её обеспечения трудовыми (или человеческими) ресурсами.

Исходя из такого определения, вытекает цель кадровой политики — обеспечение оптимального баланса сохранения и развития персонала организаций.

В практическом смысле кадровая политика реализуется по определенным направлениям [4]:

- управление персоналом организации;
- подбор и расстановка сотрудников (кадров);
- оценка и аттестация персонала;
- развитие сотрудников согласно стратегическим планам;
- мотивация и стимулирование персонала;
- формирование кадрового резерва организаций.

Все представленные направления в кадровой политике важны для организаций, их достижение происходит на основании определенных принципов и согласно характеристикам, которыми они обладают.

Рассматривая суть каждого направления, определим, что одним из наиболее значимых областей развития является формирование кадрового резерва, иными словами, кадрового потенциала.

Кадровому потенциалу дается несколько определений [1]:

- совокупность умений и навыков, которыми обладают все сотрудники организации на момент их принятия в штат и в период их карьерного роста;
- временные свободные трудовые рабочие места, которые могут быть заняты потенциальными сотрудниками компании.

В разрезе кадровой политики кадровый потенциал выступает инструментом, применяемым с целью формирования возможностей организации в ближайшей и долгосрочной перспективе. В общих положениях кадровой политики могут приводиться уточнения по способам и методам формирования кадрового потенциала, методикам расчета основных кадровых коэффициентов и формах заключения по получившимся и прогнозируемым величинах [2].

Как известно, кадровая политика строится на определенных принципах и программах. Для понимания кадрового потенциала крайне важно понимать программу развития кадров, реализуемую по следующим принципам:

- системности;
- эффективности;
- материального поощрения;
- цикличности;
- текучести.

Грамотное управление возможными ресурсами во многом зависит от того, как реализуется кадровая политика [5]. Например, принцип системности влияет на понимание сути организации и рассмотрении её, как совокупности эле-

ментов, находящихся во взаимодействии. Принцип эффективности заключается в минимизации издержек и потерь на обеспечение сотрудников благоприятными условиями и соответствующими ресурсами. Принцип материального поощрения выражается в применении системы стимулирования и вознаграждения при условии, что система труда дифференцируется по степени сложности и важности задач персонала. Принцип цикличности характеризуется тем, что процессы управления повторяются, чередуются, следуют друг за другом, образуя единую систему управления персоналом. Принцип цикличности позволяет определить общие закономерности процесса развития кадрового потенциала и прогнозировать его. Принцип текучести кадров показывает то, как изменяется состав и структура кадров организации.

Данные принципы указывают на то, как может быть обеспечена кадровая политика организации и реализовано такое направление, как совершенствование кадрового потенциала.

Для организаций крайне важно понимать то, что в разделах кадровой политики необходимо уточнять способы развития и обеспечения кадрового потенциала. Основанием для этого является хорошо разработанная и действенная система управления, построенная согласно таким основным документам, как устав организации, штатное расписание и другие. Наряду с формированием и развитием кадрового потенциала необходимо обеспечивать действие процессов обновления и модернизации системы.

Таким образом, формирование и совершенствование кадрового потенциала организации происходит на основании принципов, заложенных в кадровую политику, тогда развитие кадров занимает центральное место в данном вопросе.

Литература:

1. Кибанов, А. Я. Управление персоналом. Кадровая политика и стратегия управления персоналом / А. Я. Кибанов, Л. В. Ивановская. — М.: РГ-Пресс, 2020. — 64 с.
2. Михайлов, Ю. М. Кадровое делопроизводство / Ю. М. Михайлов. — М.: Альфа-Пресс, 2017. — 264 с.
3. Шапиро, С. А. Управление человеческими ресурсами / С. А. Шапиро. — М.: Кнорус, 2020. — 346 с.
4. Валькович, О. Н. Кадровая политика как стратегия управления персоналом / О. Н. Валькович // Символ науки. — 2016. — № 12-1. — С. 55-58.
5. Вукович, Г. Г. Кадровая политика как инструмент управления персоналом / Г. Г. Вукович, А. В. Никитина // Общество: политика, экономика и право. — 2018. — № 3 (11). — С. 210-215.

Показатели трудовой занятости инвалидов как отражение государственной социальной политики Российской Федерации

Воропаев Анатолий Александрович, студент магистратуры
Хакасский государственный университет имени Н. Ф. Катанова (г. Абакан)

Вопросам трудовой занятости инвалидов в последние годы уделяется все больше внимания как в политических, так и в научных кругах. Однако уровень безработицы среди данной категории населения по-прежнему остается высоким. В этой связи является актуальной задача по определению влияния принимаемых государством решений на показатели занятости среди инвалидов. В работе рассмотрены статистические данные, свидетельствующие об изменениях, происходящих в сфере занятости инвалидов во взаимосвязи с деятельностью государства и его органов.

Ключевые слова: инвалиды, занятость, трудоустройство, квотирование рабочих мест, специализированные рабочие места.

Indicators of employment of disabled people as a reflection of the state social policy of the Russian Federation

Voropaev Anatoliy Aleksandrovich, master student
Khakass State University named after NF Katanov (Abakan)

The employment of persons with disabilities has received increasing attention in recent years, both in political and scientific circles. However, the unemployment rate among this category of population remains high. In this regard, it is an urgent task to determine the impact of government decisions on employment rates among people with disabilities. The paper considers statistical data indicating changes in the employment of disabled people in relation to the activities of the state and its organs.

Keywords: disabled people, employment, job quotas, specialized jobs.

В соответствии с данными Федеральной государственной информационной системы «Федеральный реестр инвалидов» на 1 декабря 2019 года в России проживает 11,2 млн инвалидов, из которых 57% — женщины, 43% —

мужчины [5]. На рисунке ниже представлено распределение численности инвалидов по трем группам инвалидности, актуальное на конец 2019 года.

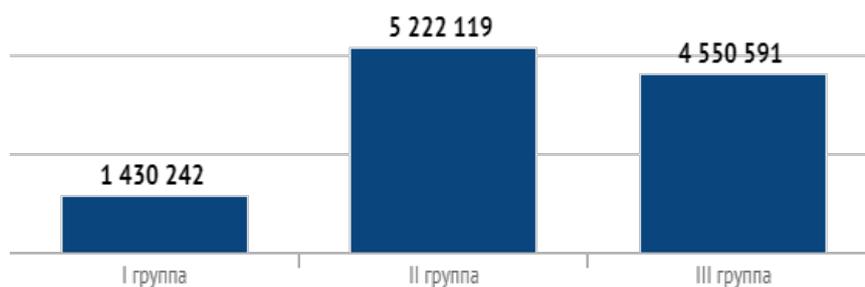


Рис. 1. Численность инвалидов по группам инвалидности (чел)¹

Число инвалидов в трудоспособном возрасте по состоянию на 1 ноября 2019 г. равно 3 458 231 чел., что составляет порядка 30% от общей численности инвалидов в России. По данным Федерального реестра инвалидов доля работающих инвалидов среди инвалидов трудоспособного возраста составляет около 24%. Федеральная служба государственной статистики оценивает данный показатель в 18,7% (по данным выборочного обследования). Как бы то ни было, можно с уверенностью говорить,

что рассматриваемую социальную группу отличает значительно более низкий, чем у других групп и слоев населения, уровень занятости (для сравнения — уровень занятости вреди всего трудоспособного населения России составляет порядка 78%) [6].

Основной контингент работающих инвалидов трудоспособного возраста составляют люди с III группой инвалидности, имеющие минимальные (по сравнению с другими группами) ограничения в трудовой сфере, — 66,5%.

¹ По данным ФГИС «Федеральный реестр инвалидов».

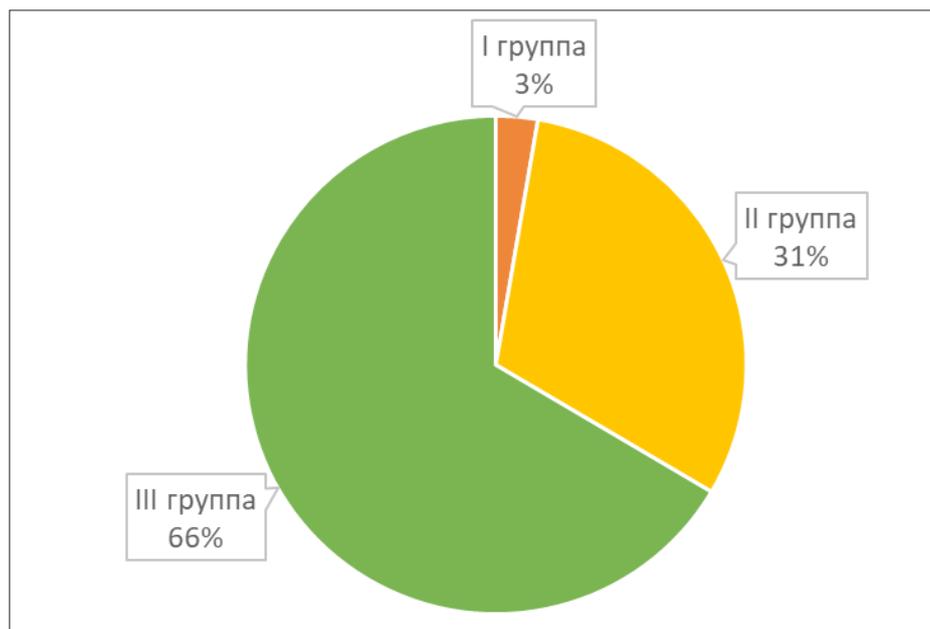


Рис. 2. Распределение занятых инвалидов по группам инвалидности (ноябрь 2019 г.)¹

Рассматривая ситуацию в динамике, обращает на себя внимание, что до 2016 года в России наблюдался ежегодный рост числа занятых инвалидов, однако с 2017 года официальная статистика РФ стала показывать снижение численности работающих инвалидов. Это объясняется вступлением в силу Федерального закона от 29 декабря 2015 года № 385-ФЗ «О приостановлении действия

отдельных положений законодательных актов Российской Федерации, внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации и особенностях увеличения страховой пенсии, фиксированной выплаты к страховой пенсии и социальных пенсий» [1], предусматривающего неиндексацию пенсий работающим пенсионерам.

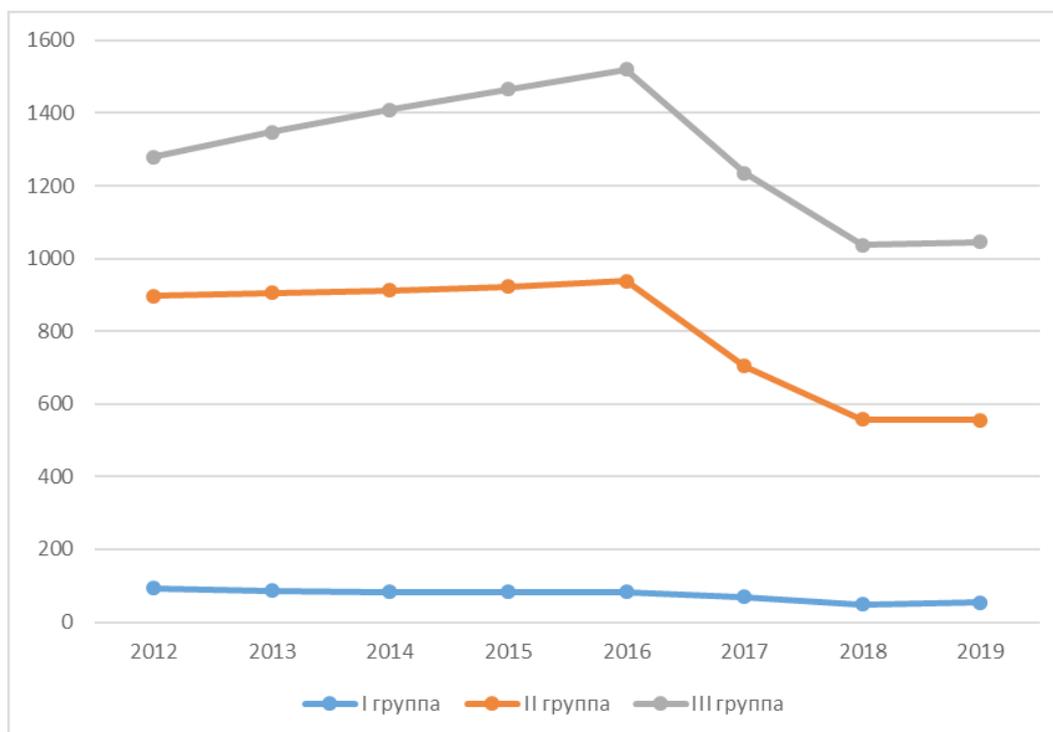


Рис. 3. Динамика численности работающих инвалидов (тыс. чел)²

¹ По данным ФГИС «Федеральный реестр инвалидов».

² По данным Федеральной службы государственной статистики.

В динамике занятости лиц с ограниченными возможностями здоровья до 2017 года прослеживались разнонаправленные тенденции в зависимости от группы инвалидности. По утверждению И. В. Калашниковой и А. А. Тринадцатко, увеличение удельного веса трудоустроенных инвалидов I группы было обусловлено постепенным уменьшением их общей численности, примерно по 50–70 тыс. в год [11]. Подобная динамика наблюдалась и с занятостью инвалидов II группы, но с некоторыми отличиями. Так, их общая численность с 2011 г. постепенно сокращалась, примерно на 200–300 тыс. чел. в год, а занятость росла на 7–16 тыс. чел. в год. Незначительный рост занятости при существенном сокращении численности инвалидов сказывался на увеличении удельного веса трудоустроенных среди них. Иные тенденции наблюдались в занятости инвалидов III группы: превышение темп роста занятых инвалидов III группы превышал темп роста общей численности группы, что обеспе-

чило реальное увеличение удельного веса работающих инвалидов данной категории в их общей численности.

Наблюдаемые в последние годы структурные изменения по снижению количества инвалидов I и II группы и увеличению количества инвалидов III группы (рис. 4) можно объяснить усложнившейся процедурой получения инвалидности, а также присвоением инвалидам I и II группы при переосвидетельствовании более легкой группы.

Рост численности работающих инвалидов, происшедший до 2017 года, в большей степени был обусловлен вовлечением в общественное производство инвалидов с относительно менее значимыми нарушениями здоровья, а занятость наименее профессионально реабилитированных инвалидов I группы все последние годы была на очень низком уровне в 5–6%. Распределение количества работающих и неработающих инвалидов по группам инвалидности в конце 2019 года представлено в таблице 1.

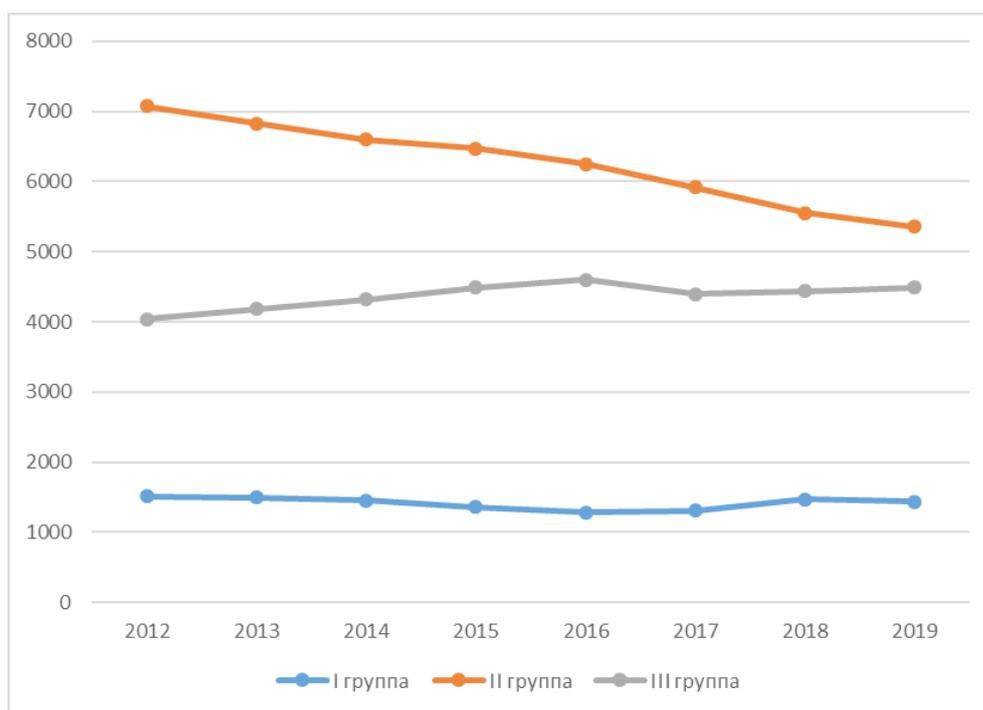


Рис. 4. Динамика численности инвалидов по группам инвалидности (тыс. чел)³

Таблица 1. Численность и доля работающих и неработающих инвалидов среди инвалидов трудоспособного возраста (ноябрь 2019 г.)

Инвалиды в трудоспособном возрасте	Работающие		Не работающие	
	чел.	%	чел.	%
Всего	839 861	24,29	2 618 370	75,71
1 группа	22 651	5,25	408 491	94,75
2 группа	258 784	17,84	1 191 749	82,16
3 группа	558 426	35,42	1 018 130	64,58

Источник данных: ФГИС «Федеральный реестр инвалидов»

³ По данным Федеральной службы государственной статистики.

Уровень безработицы среди инвалидов на протяжении 2014–2018 гг. оставался на уровне около 22–23% [6]. Для сравнения, в тот же период (2014–2017 гг.) уровень безработицы среди всего населения колебался в районе 5,1–5,7%, то есть, в среднем, был ниже в 4 раза.

В 2017 году Правительством РФ был утвержден план мероприятий по повышению уровня занятости инвалидов на 2017–2020 годы, которые предусматривали повышение эффективности работы органов службы занятости и создание условий для расширения возможностей трудоустройства инвалидов [2]. В соответствии с планом органы по вопросам занятости в регионах РФ осу-

ществили переход от заявительного принципа работы, когда инвалиду самому нужно было обращаться за содействием в трудоустройстве, к инициативному порядку и реализации превентивных мер, которые подразумевают персонализированный учет потребностей инвалидов в трудоустройстве, информационно-разъяснительную работу среди инвалидов, выявление и устранение барьеров для трудоустройства каждого конкретного инвалида [7]. Это позволило значительно повысить показатели трудоустройства инвалидов — так, численность инвалидов, трудоустроенных на квотируемые рабочие места, увеличилась в 2017 году почти в 2 раза.

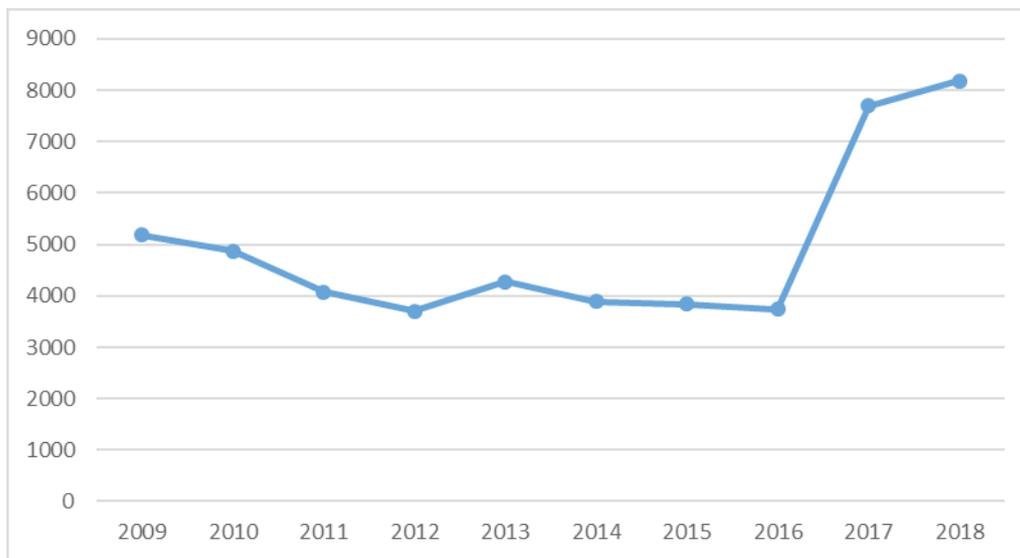


Рис. 5. Численность инвалидов, трудоустроенных органами службы занятости на квотируемые рабочие места (чел)¹

Кроме того, эти положительные сдвиги связаны с осуществлением Министерством труда и социальной защиты России во взаимодействии с работодателями комплекса мер по инклюзии трудоустройства инвалидов. Одной из таких мер в отчетных документах Минтруда России называется создание специальных рабочих мест для инвалидов и дополнительной инфраструктуры, обеспечивающей беспрепятственный доступ к рабочим местам, для трудоустройства инвалидов I и II групп, имеющих значительные ограничения жизнедеятельности [4]. Однако конкретных цифр о динамике создания специальных рабочих мест для инвалидов на сайте Минтруда России не представлено, несмотря на объявленное ведение реестра оборудованных (оснащенных) рабочих мест для инвалидов с 2014 года [3].

Согласно статистической информации, содержащейся на сайте государственной статистики ЕМИСС, наибольшее число оборудованных (оснащенных) рабочих мест

для трудоустройства инвалидов в Российской Федерации было в конце 2013 года — 146 тыс. [8], что в значительной степени обусловлено реализацией государственной программы «Содействие занятости населения» на 2013–2020 гг., в рамках которой за счет федерального бюджета было создано 44,2 тыс. специально оборудованных рабочих мест для инвалидов [10].

Однако в связи с обострением социально-экономической обстановки в стране уже в 2014 году количество оборудованных (оснащенных) рабочих мест для трудоустройства инвалидов сократилось более чем в 2 раза. Изменение этой негативной тенденции произошло лишь в 2017 году, но темпы роста были и остаются сравнительно низкими — примерно 10 тыс. в год. На конец третьего квартала 2019 год в России насчитывалось порядка 97,5 тыс. специальных рабочих мест для инвалидов, что покрывает существующую в них потребность только на треть (табл. 2).

¹ По данным Федеральной службы государственной статистики.

Таблица 2. Потребность инвалидов в специальных условиях труда

Численность инвалидов в возрасте 18 лет и старше, нуждающихся в трудоустройстве в 2017 году				
Группа	в специально созданных условиях труда и на дому		в обычных условиях производства с предоставлением соответствующих условий труда	
	чел.	%	чел	%
1-я группа	5221	97,7	121	2,3
2-я группа	292008	97,6	7068	2,4
3-я группа	1106	0,26	430493	99,7

Источник данных: Федеральная служба государственной статистики

К сожалению, создание оборудованных (оснащенных) рабочих мест для трудоустройства инвалидов не предусмотрено в целевых результатах государственной программы «Доступная среда», в которой наличествует лишь показатель динамики количества высокопроизводительных рабочих мест на федеральных государственных унитарных протезно-ортопедических и специализированных предприятиях (4704 в 2018 году) [10].

Проведенное исследование позволяет прийти к выводу, что показатели занятости инвалидов во многом определя-

ются не только имеющимся трудовым потенциалом данной категории населения, но и проводимой государством политикой в этой сфере, а также общей социально-экономической обстановкой в стране. Это обстоятельство обуславливает необходимость принятия взвешенных решений, изменяющих институциональные условия трудоустройства инвалидов, которые должны быть основаны на тщательном анализе взаимосвязей различных показателей в динамике и оценке эффективности предпринимаемых мер в долгосрочной перспективе.

Литература:

1. О приостановлении действия отдельных положений законодательных актов Российской Федерации, внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации и особенностях увеличения страховой пенсии, фиксированной выплаты к страховой пенсии и социальных пенсий: Федеральный закон от 29.12.2015 г. № 385-ФЗ (ред. от 22.11.2016) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 29.12.2015; 22.11.2016.
2. Об утверждении плана мероприятий по повышению уровня занятости инвалидов на 2017–2020 годы: Распоряжение Правительства РФ от 10.05.2017 г. № 893-р (ред. от 14.08.2019) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 12.05.2017.
3. О проведении мониторинга создания оборудованных (оснащенных) рабочих мест и трудоустройства на них незанятых инвалидов, а также закрепляемости на указанных рабочих местах: приказ Минтруда России от 30.01.2014 г. № 63 // Министерство труда и социальной защиты РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rosmintrud.ru>. (дата обращения 18.12.2019).
4. Доклад об итогах работы Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации в 2016 году и задачах на 2017 год: протокол заседания коллегии Минтруда России от 31 марта 2017 г. № 1 // Министерство труда и социальной защиты РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rosmintrud.ru>. (дата обращения 11.12.2019).
5. Численность инвалидов // Пенсионный Фонд Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: <https://sfri.ru/analitika/chislennost/chislennost?territory=1> (дата обращения 21.12.2019).
6. Показатели занятости и безработицы лиц в трудоспособном возрасте, имеющих инвалидность (по данным выборочного обследования рабочей силы) // Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] URL: <https://www.gks.ru/folder/13964> (дата обращения 11.12.2019).
7. Уровень трудоустройства инвалидов при содействии службы занятости существенно увеличился, 29.03.2018 // Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: <https://rosmintrud.ru/employment/resettlement/9> (дата обращения 20.06.2019).
8. Количество оборудованных (оснащенных) рабочих мест для трудоустройства инвалидов // ЕМИСС [Электронный ресурс] URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/43933> (дата обращения 17.12.2019).
9. Сведения о достижении показателей госпрограммы «Содействие занятости населения» // Портал Госпрограмм РФ [Электронный ресурс] URL: <https://programs.gov.ru/Portal/programs/reportIndicators?gpId=07&year=2013> (дата обращения 21.12.2019).
10. Сведения о достижении показателей госпрограммы «Доступная среда» // Портал Госпрограмм РФ [Электронный ресурс] URL: <https://programs.gov.ru/Portal/programs/reportIndicators/04> (дата обращения 21.12.2019).

11. Калашникова И. В., Тринадцатко А. А. О трудовой занятости инвалидов в России // Вестник ТОГУ. 2017. № 1 (44). С. 141–154.

Современная структура и динамика импорта рабочей силы в Россию из Армении

Жирнова Дарья Романовна, студент

Научный руководитель: Мирошина Елена Александровна, кандидат экономических наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В данной работе через призму постиндустриального общества и последовательно складывающегося информационного общества была предпринята попытка представить данные о структуре и динамике рабочей силы из республики Армения в Российскую Федерацию.

Ключевые слова: трудовая миграция, миграция, импорт рабочей силы, экспорт рабочей силы из Армении, трудящиеся-мигранты.

Мы живем в период стремительных изменений, что обуславливается одной из закономерностей общественного развития — уплотнением исторического времени, когда на каждую последующую единицу времени приходится больше событий.

Сегодня люди больше не привязаны к одному рабочему месту, они очень мобильны, склонны часто менять работу. Это происходит в том числе и в силу условий глобализирующегося мира, то есть такой ситуации, при которой происходит «стирание государственных границ, упрощенный порядок их пересечения; расширение полномочий/ власти международных организаций в разных сферах, участие в которых приводит к некоторой стандартизации законодательств непосредственных и потенциальных стран-участников. Мы видим, как увеличивается степень проникновения и рост роли транснациональных корпораций в хозяйственных структурах отдельно взятых стран, что говорит о тенденции открытой экономики. На фоне всего вышесказанного закономерным явлением можно считать трудовую миграцию населения Земли. Не исключением является и РФ: проанализируем роль экспорта рабочей силы в Россию из Армении в развитии экономики первой.

Всего 29 лет назад на политической карте мира можно было увидеть такое государство как СССР. Рассматриваемая нами Армения стала числиться как союзная республика, входящая в состав СССР с марта 1936 г. Будучи еще частью Советского Союза, Армения испытывала проблемы с достаточным организацией достаточного количества рабочих мест, то есть была «трудоизбыточным регионом». Кроме того, что в решении данной ситуации активно принимало участие государство, проводя социальную политику, важную роль играла «сезонная трудовая миграция в регионы России» [1]

В 1991 г. произошел распад Советского Союза, и Армения стала независимым государством. Несмотря на полученную автономию и суверенитет, нельзя отрицать, что уровень и качество жизни населения бывших союзных

республик стал гораздо ниже. При существующем недостатке рабочих мест в Армении на фоне выхода из состава СССР, сменой экономической модели с планово-административной к рыночной (смешанной) произошел резкий экономический спад. Он выражался в закрытии многих предприятий — промышленность сдавала позиции, что стало причиной массовой безработицы [1]. Можно считать, что уже в советский период и постсоветский период в начале XXI века сформировались базисные предпосылки для трудового экспорта из Армении.

Итак, с момента обретения Арменией независимости, политико-экономические отношения между ней и Россией развиваются в двустороннем партнерском характере. Первым документом, подписанным странами как независимыми государствами стало соглашение «О принципах торгово-экономического сотрудничества между РА и РСФСР на 1992 г.» (3 декабря 1991 г.; в течение 1993–1996 гг. это соглашение возобновлялось); дипломатические отношения между Россией и Арменией были установлены в апреле 1992 г. основополагающими документами для развития политической и экономической интеграции стали Договор о дружбе, сотрудничестве и взаимной помощи (29.08.1997 г.), Договор о создании Экономического союза (24.09.1993 г.), который провозглашает таможенный, внешнеэкономический, валютный союз, свободу перемещения товаров, услуг, капитала, а также рабочей силы между странами-участницами СНГ [2]. Отметим также Декларацию о союзническом взаимодействии между Россией и Арменией, ориентированном на XXI век (26.09.2000 г.), а также факт вступления Армении в состав Евразийского экономического союза (ЕАЭС) с января 2015 года. Участие в данном союзе дает не только такие преференции как общий рынок товаров, услуг и капитала, но и общий рынок труда со свободным перемещением таковых ресурсов и их беспрепятственным трудоустройством, что обуславливается в том числе обоюдным признанием дипломов выпускников в большинстве сфер деятельности, что закреплено в нормативных документах данного союза.

Сотрудничество России и Армении в вопросе трудовой миграции необходимо. Объективными причинами выступает негативная демографическая ситуация в России в це-

лом. Смертность превышает рождаемость (рис. 1), сокращается число трудоспособного населения (рис. 2) России и растет число иждивенцев государства.



Рис. 1. Родившиеся, умершие и естественный прирост населения в РФ, на 1000 человек населения, 1990–2018 гг., составлено автором по [5]

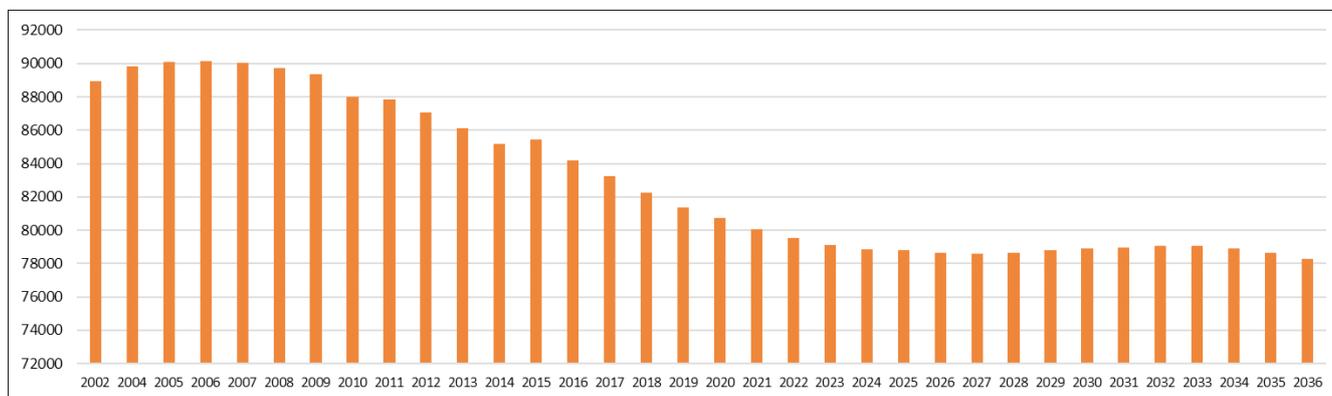


Рис. 2. Численность трудоспособного населения в РФ, млн человек, 2002–2036 гг., составлено автором по [3] [4]

Очевидна необходимость потока трудящихся-мигрантов в Россию из стран ближайшего зарубежья.

Между Россией и Арменией существует общность истории и культурная близость. Армения была первой страной, которая приняла христианство, это религиозное учение проповедуется и в России. Кроме того, что когда-то названные страны были частью одного большого государства, чьи сыны бок о бок освобождали Европу и Советские земли от немецких захватчиков, народы схожи по своему менталитету, традиционным ценностям: стойкость, воля, готовность прийти на помощь, привязанность к семье, детям, уважение и почтение к старшим. Нередки случаи, когда граждане Армении заключают браки с гражданами РФ; армяне легко и быстро ассимилируются в России в том числе и потому, что знают русский язык и свободно говорят на нем.

В 2019 г. структура трудовой миграции армян в Россию представляется следующим образом. Лидирующую позицию по числу нанятых граждан Армении предпринимателями заняла сфера строительства. Примерно в 1,5 раза меньше — 10 тысяч армян — в 2019 г. были заняты в сфере оптовой и розничной торговли, ремонте автотранспортных средств. Топ-3 закрывает обрабатывающая отрасль — непосредственно обработка природных материалов и иных

веществ для дальнейшего производства нового продукта. Сюда входит производство пищевых продуктов, обработка древесины, изготовление текстильных изделий, пошив одежды и обуви, бумажно-целлюлозное производство и так далее. (рис. 3)

Большую долю среди всех по трудоустройству армян в домохозяйствах составляют такие виды работ, как строительство разного вида сооружений, отделка жилых помещений, а также транспортные услуги — 52% и 37% от общего числа занятых армян соответственно [6]. Около 4% занято в сфере уборки помещений, выращивании сельскохозяйственных культур, обработке земли, садоводстве, животноводстве и рыболовстве (рис. 4) [6].

Такое выделение строительства на первое место по числу занятых трудящихся-мигрантов из Армении не случайно, на наш взгляд. Этот народ издавна славился своим талантом в архитектурном зодчестве, особенно в храмовой архитектуре монастырей и церквей, особым самобытным, отличительным элементом, доказывающим искусство армян в том числе и в строительстве, являются «хачкары» — памятники-кресты, искусно выточенные из камня.

Рисунок 5 демонстрирует динамику трудовой миграции граждан Армении в Россию за последние 8 лет. В 2015

виден резкий скачок числа въезжающих с целью «Деловая поездка». Это обусловлено уже упоминавшимся вступлением Армении в Евразийский экономический союз, по-

зволивший ее гражданам в более свободной форме перемещаться в качестве трудящихся-мигрантов.



Рис. 3. Численность трудовых мигрантов из Армении, нанимаемых предпринимателями по видам экономической деятельности, 2019 г., тыс. человек, составлено автором по [7]

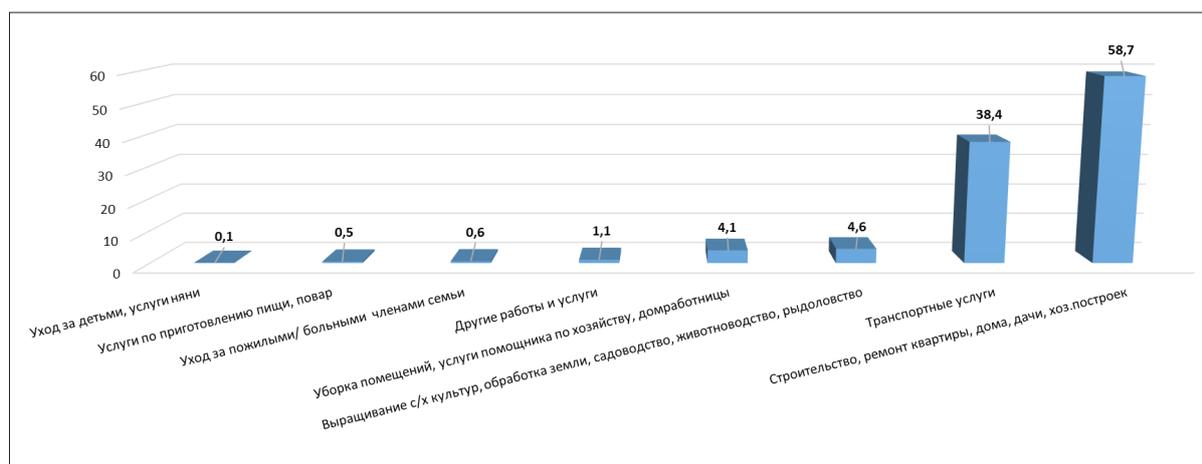


Рис. 4. Численность трудовых мигрантов из Армении, привлекаемых на работу в домохозяйства по видам выполняемых работ, 2019 г., тыс. человек, составлено автором по [6]

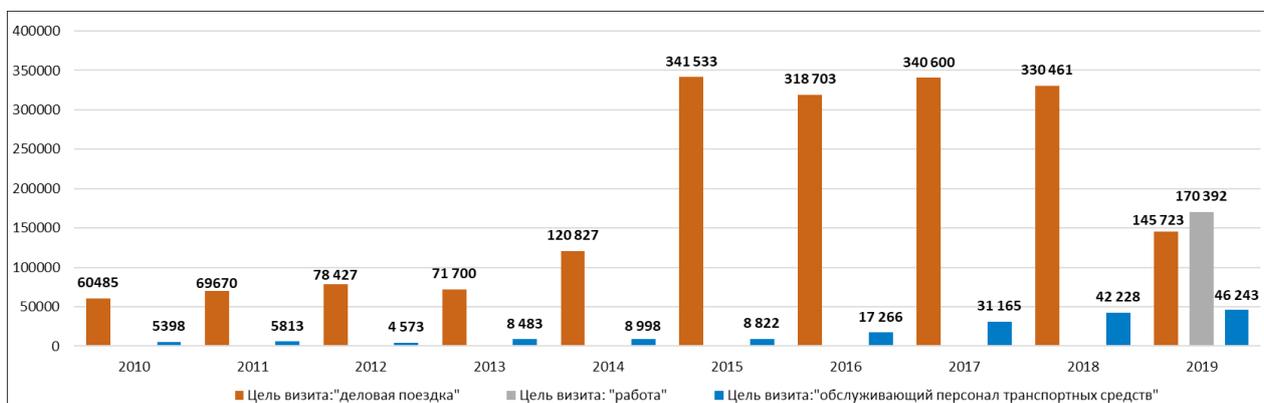


Рис. 5. Динамика въезда граждан Армении в РФ с целями визита «Деловая поездка» и «Работа» 2012–2019 гг., человек, составлено автором по [8]

С этого времени граждане Республики не обязаны получать и предоставлять работодателю патент или разрешение на трудоустройство; члены семьи также могут пребывать на территории РФ в срок действия «трудового или гражданско-правового договора, заключенного трудящимися государства-члена» [9] — Республики Армении — с работодателем или заказчиком работ. В 2017 г. также наблюдается большое число въехавших — 340 тысяч — чуть меньше, чем в 2015 году. Именно в 2017 г. было подписано четыре двусторонних документа в том числе соглашение о взаимных безвизовых поездках граждан, этот факт в том числе мог привлечь трудящихся-мигрантов. В 2019 г. перечень граф «цель въезда» в Россию обновился и расширился: были включены наименования «учеба» и «работа», уточнившие причины приезда иностранцев. Так, по итогу 2019 г. в Россию с целью заработка въехало 316 тысяч человек без учета персонала, обслуживающего транспортные средства.

Последние 5 лет видна стабильность в числе приезжающих трудящихся-мигрантов. Можем выделить ряд причин это, проанализировав несколько экономических показателей. Во-первых, Армения, как и Россия, выйдя из состава СССР и приобретя независимость, выбрала экспортно-

сырьевой путь развития экономики. Как отмечает Владислав Иноземцев в комментарии для АМИ Новости-Армения: «Доля меди, ферросплавов, золота и других цветных металлов в экспорте устойчиво составляла около 60%» [11]

В 2009 г. мы наблюдаем прирост ВВП равный 14%. Этот факт неслучаен — в 2009 г. произошел спад цен на сырье, который повлек за собой и снижение объема ВВП. Кризис не повлиял на государственную политику и пересмотр структуры экономики, что и привело к снижению экономического роста — отмечает Иноземцев [11].

Уровень ВВП и безработицы напрямую зависят друг от друга. (рис. 6) (рис. 7) Так, последнее десятилетие сохраняется уровень безработицы равный в среднем 18% от общего числа трудоспособного населения. Однако для того, чтобы как-то изменить ситуацию, уменьшив число безработных и замедлить отток трудоспособного населения за границу ничего не делалось. Скорее наоборот миграция граждан рассматривалась как новый временный источник пополнения казны взамен существующего дефицита внешней торговли: «...около 950 тысяч граждан Армении мигрировали из страны и стали обеспечивать ежегодные денежные поступления до \$2,3 млрд». [11]



Рис. 6. Уровень роста ВВП (млрд долларов США), прироста ВВП (%), 2005–2018 гг., составлено автором по [12] [13]



Рис. 7. Уровень безработицы в Армении, 2009–2019 год, % от общего объема рабочей силы, составлено автором по [10]

Во-вторых, в связи со снижением ВВП снизилась и покупательная способность населения (вместе с падением заработной платы) вместе с уровнем и качеством жизни населения. Стремясь хоть как-то улучшить свое экономическое состояние, граждане брали кредиты, но в силу того, что были не в состоянии выплачивать по процентам, а условия кредитования опасны (начисляются большие санкции по невыплате) — повязали в долгах.

Наконец, причинами трудовой миграции в Россию являются уже упомянутые соглашения о вступлении Армении в Евразийский союз, а также о взаимном безвизовом посещении России и Армении.

Таким образом, Россия и Армения находятся в двусторонних дружественных отношениях благодаря не только юридически оформленным договорам и соглашениям, но и преемственности поколений, близости культуры и менталитета.

Вступление Армении в ЕАЭС наметило еще большее сближение и интеграцию с экономикой России, в частности отмечены положительные сдвиги на рынке труда. Су-

ществуют и отрицательные моменты, все больше связанные с низкими темпами роста экономики. Необходим пересмотр экономической стратегии в Армении (впрочем, как и в России), выбранной после приобретения автономии — отказ от экспортно-сырьевой модели, которая показала свою неэффективность кризисом 2009 года в Армении через в снижении темпов роста ВВП, «потухании» экономического роста в целом, закрытии предприятий и снижения качества жизни населения в силу потери рабочих мест. Это провоцирует граждан на трудовую миграцию. В России большинство армян заняты в сфере строительства, отделки жилых помещений, в сфере торговли, транспортных услуг, сельского и садоводческого хозяйства.

Сегодня стоит говорить о взаимобмене молодыми специалистами, учащимися высших учебных заведений с целью обогащения рынка труда в том числе высококвалифицированными специалистами в различных областях — в первую очередь в сфере цифровых и наукоемких технологий, которая развивается по «приказу» времени и ввиду ограниченности природных ресурсов.

Литература:

1. Акопян А. М. Трудовые ресурсы Армении в условиях интеграции страны в ЕАЭС // Молодой ученый. — 2016. — № 30. — С. 145–147. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/134/37570/> — Дата обращения: 03.03.2020.
2. Межгосударственные отношения России и Армении Информационно-новостной портал РИА Новости. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ria.ru/20191001/1559269888.html> — Дата обращения: 03.03.2020.
3. Демография. Распределение населения по возрастным группам. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.gks.ru/folder/12781> — Дата обращения: 24.02.2020.
4. Численность населения в трудоспособном возрасте. Федеральная служба государственной статистики. Демографический ежегодник — 2019. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.gks.ru/storage/mediabank/Dem_ejegod-2019.pdf — Дата обращения: 24.02.2020.
5. Общие показатели воспроизводства населения. Родившиеся, умершие и естественный прирост населения. Все население. Федеральная служба государственной статистики. Демографический ежегодник — 2019 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.gks.ru/storage/mediabank/Dem_ejegod-2019.pdf — Дата обращения: 24.02.2020.
6. Структура иностранных граждан, привлекаемых на работу в домохозяйствах в период последних 12 месяцев, по видам выполняемых работ и странам гражданства. Федеральная служба государственной статистики. Выборочное наблюдение труда мигрантов 2019 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://gks.ru/free_doc/new_site/imigr18/index.html — Дата обращения: 05.03.2020.
7. Структура иностранных трудовых мигрантов, нанимаемых предпринимателями в период последних 12 месяцев, по видам экономической деятельности и странам гражданства. Федеральная служба государственной статистики. Выборочное наблюдение труда мигрантов 2019 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://gks.ru/free_doc/new_site/imigr18/index.html — Дата обращения: 05.03.2020.
8. Число въездов иностранных граждан в РФ. Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://fedstat.ru/indicator/38479#> — Дата обращения: 06.03.2020.
9. «Договор о Евразийском экономическом союзе» (подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 11.04.2017). Часть третья. Единое экономическое пространство. Раздел XXVI. Трудовая миграция. Статья 97. Трудовая деятельность трудящихся государств-членов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://bazanpa.ru/vyshshii-evraziiskii-ekonomicheskii-sovet-dogovor-ot29052014-h2302547/chast3/razdel26/statya97/> — Дата обращения: 06.03.2020.
10. Уровень безработицы в Республике Армения. Мировой атлас данных [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://knoema.ru/IMFWEO2019Oct/imf-world-economic-outlook-weo-october-2019> — Дата обращения: 09.03.2020.
11. Экономика Армении: вызовы и перспективы. АМИ Новости-Армения [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://newsarmenia.am/news/analytics/ekonomika-armenii-vyzovy-i-perspektivy-armenian-interest/> — Дата обращения: 09.03.2020.

12. Армения — Валовый внутренний продукт. Мировой атлас данных [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://knoema.ru/atlas/%D0%90%D1%80%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F/%D0%92%D0%92%D0%9F> — Дата обращения: 09.03.2020.
13. Армения — Темп прироста ВВП, в постоянных ценах. Мировой атлас данных [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://knoema.ru/atlas/%D0%90%D1%80%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F/%D0%A2%D0%B5%D0%BC%D0%BF-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0-%D0%92%D0%92%D0%9F-%D0%B2-%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%8F%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D1%85-%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%B0%D1%85> — Дата обращения: 09.03.2020.

Анализ функциональной части информационной системы ERP в отделе сбыта

Зинченко Дарья Евгеньевна, студент магистратуры

Казахстанско-Немецкий университет (г. Алматы)

В статье проведен анализ бизнес-процессов, сопряженных с функциональной частью информационной ERP-системы.

Ключевые слова: информационный менеджмент, информационная система, состав информационной системы.

Управление информацией в компаниях осуществляется на основе ИС вида ERP (Enterprise resources planning) или CRM (Customer relationship management). Для компаний, осуществляющих преимущественно реализацию клиентам, работающих на базе дистрибьюторского договора актуально применение ERP систем. [1, с. 10]

Информационная система — инфраструктура предприятия (фирмы, организации), задействованная в процессе управления и обеспечивающая сбор, хранение, обработку, и представление информации, необходимой для выполнения функций управления. В дальнейшем вся работа сфокусирована на сбытовой деятельности с применением информационных систем. Важность внедрения и эксплуатации ИС обуславливается динамичностью внешней среды, в условиях которой функционирует компания. Для принятия управленческого решения компании необходимо создать информационное пространство. Информационное пространство, в котором представлены точные, достоверные и своевременные данные позволяют принимать эффективные решения. В современных условиях информационное пространство обеспечивается с привлечением средств в автоматизации. Одним из средств автоматизации является информационная система. [1, с. 52]

Задача ИС состоит в обеспечении процессов автоматизации рутинных процессов и предоставления качественной аналитической информации, являющаяся важным компонентом при принятии управленческих решений. Классификация ИС возможна по следующим признакам:

- параметры объекта управления (сфера деятельности, масштаб, состав функции управления)
- организационная структура ИС
- степень интеграции ИС
- информационно — технологическая архитектура ИС
- технологические процессы обработки данных
- методология разработки ИС и др.

Вне зависимости от видов ИС, состав их не различается. В составе ИС есть функциональная и обеспечивающая части. [2, с. 70] Под функциональной частью ИС подразумевается содержательная основа ИС, которую составляют модели, методы и алгоритмы получения управленческой информации, программно-реализованные в виде отдельных модулей или подсистем. Функционально ИС компании рассматривается по определенным модулям, стоит выделить производство, маркетинг, логистика и финансы. Таким образом функциональная часть ИС представляет собой работу функциональных подсистем. При этом в подсистемах рассматривается решение на всех уровнях управления: стратегический, тактический и оперативный. [1, с. 60] В рамках уровня управления задачи на каждом из уровней управления можно разделить на выполнение оперативных процессов (обработка запросов); анализ или планирование и разработка стратегий.

Таблица 1. Задачи функциональной подсистемы

Уровень управления	Функциональные подсистемы			
	Маркетинг	Производство	Логистика	Финансы
Стратегич.	Новые продукты и услуги. Исследования и разработки	Производственные мощности. Выбор технологии	Материальные источники	Финансовые источники. Выбор модели уплаты налогов
Тактический	Анализ и планирование объемов сбыта	Анализ и планирование производственных программ	Анализ и планирование объемов закупок	Анализ и планирование денежных потоков

Уровень управления	Функциональные подсистемы			
	Маркетинг	Производство	Логистика	Финансы
Оперативный	Обработка заказов клиентов. Выписка со счетов и накладных	Обработка производственных заказов	Складские операции. Заказы на закупку	Ведение бухгалтерских книг

В составе обеспечивающей подсистемы включаются области, не зависящие от области действия, в которой выделяют информационное, математическое, техническое, организационное, кадровое, правовое, лингвистическое, технологическое и методологическое обеспечения. [3]

На основе теоретических данных по теме информационных систем и в целом по информационному менеджменту рассмотрим процессы и обеспечения ERP систем. Отдел сбыта состоит из сотрудников логистики и дистрибуции. В отделе логистики работают три сотрудника и также как и в отделе дистрибуции. Схема приведена на рис. 1. В данном разделе производился анализ по части кадрового обеспечения, организационного обеспечения.

С позиции функциональной части системы стоит отметить для сбытового отдела активное применение модуля Sales and Distribution (SD). Исходя из таблицы 1, где приведены задачи функциональной подсистемы релевантными для SD будут задачи маркетинга и логистики. ТОО «Фарма» не осуществляет производство лекарственных

средств, а значит основная цель компании — реализация. Перед тем как рассмотреть, как соотносятся задачи сотрудников отдела сбыта с системой, приведем организационную структуру отдела сбыта.

Из рис. 1 видно, что специалист по работе с клиентами не находится в подчинении у менеджера по работе с клиентами. Основное различие во взаимодействии с партнерами специалист принимает запросы и от пациентов (третьих лиц) и от дистрибьюторов. Менеджер по работе с клиентами взаимодействует только с дистрибьюторами и отвечает за загрузку электронных счетов-фактур в систему ЭСФ. При этом с ИС работают все сотрудники отдела, но в большей мере с системой ERP взаимодействуют Специалисты отдела дистрибуции и менеджер по работе с клиентами. Половину рабочего дня или целый день специалисты используют системы для обработки запросов клиентов такие как создание счетов, создание дополнительных счетов-фактур, выгрузка и обработка отчетов по продажам и остаткам на складе ТОО «Фарма».

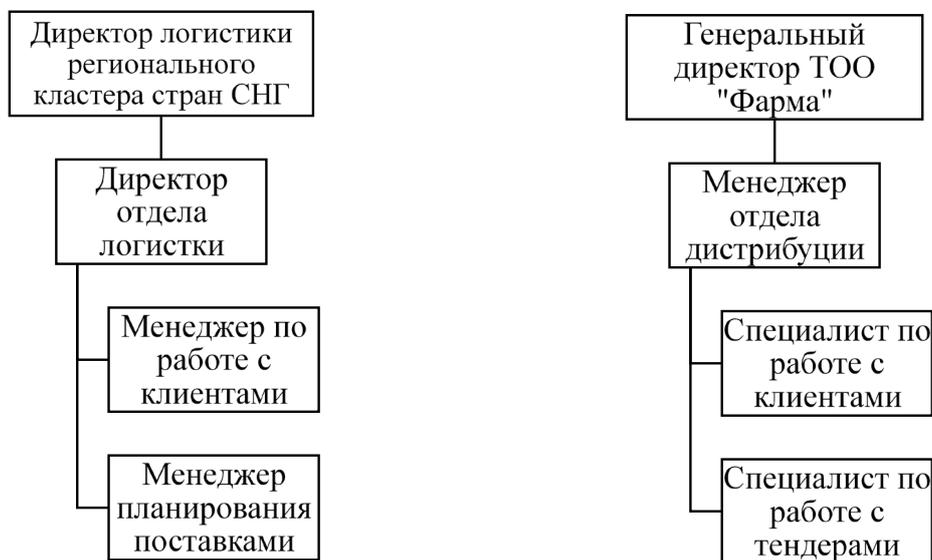


Рис. 1. Организационная структура отдела сбыта

Как видно в таблице 2 приведены задачи в соответствии с основными обязанностями сотрудников отдела сбыта. На основании таблицы 1 можно сделать вывод, что к задачам отдела сбыта будут релевантны задачи функциональных подсистем маркетинга и логистики.

Выполнение перечисленных процессов и задач частично возможны с помощью ERP систем. Так формирование достоверной отчетности, обработка/ распечатка клиентских счетов будут являться прерогативой ERP системы. Обра-

ботка клиентских запросов, кросс-функциональные запросы/ коммуникации, коммуникации с клиентами, прием звонков также не всегда означает решить вопрос с помощью ERP системы. Большой объем операционной работы приходится на функциональную подсистему маркетинга по сравнению с логистикой, при этом большинство операций сложно интегрировать с ERP. Разберем по порядку бизнес — процессы.

Таблица 2. Задачи функциональной подсистемы сбытового отдела ТОО «Фарма»

Функциональная подсистема — Логистика			
	Оперативный	Тактический	Стратегический
Директор отдела логистики	Кросс-функциональная коммуникация	Анализ и сопоставление отчетностей для планирования поставок	Мотивация команды к обучению при изменении процессов Переговоры с основным поставщиком
Менеджер по работе с поставками	Формирование отчетности и расчёт суммы закупа Кросс-функциональные запросы		Переговоры с транспортными компаниями
Менеджер по работе с клиентами	Формирование отчетности (по приходам товара, наличию товара, отказных количеств с заявки) Распечатка клиентских счетов Работа с порталом ЭСФ на регулярной основе Кросс функциональная коммуникация	Проведение встреч с целью улучшения возможностей продвижения товара.	Переговоры с глобальной командой ERP competence center по возможностям улучшения
Функциональная подсистема — Маркетинг			
	Оперативный	Тактический	Стратегический
Менеджер отдела дистрибуции	Коммуникация с дистрибьюторами Кросс функциональная коммуникация Проверка документов		Переговоры с клиентами Формирование стратегии Мотивация сотрудников отдела
Специалист по работе с клиентами	Коммуникация с дистрибьюторами и конечными потребителями Обработка запросов клиентов Формирование отчетности Прием звонков Кросс функциональная коммуникация Согласование договора	Анализ продаж и подготовка краткого отчета	
Специалист по работе с тендерами	Обработка запросов Коммуникация с организатором тендера Кросс функциональная коммуникация Подготовка документов для тендера Согласование договора	Анализ запросов по тендерам	

Коммуникация с дистрибьюторами — процесс в ходе которого используется электронная почта, звонки, отправка официальных уведомлений. При этом инициатором коммуникации является как компания, так и ее клиент.

Коммуникация с конечными потребителями — в данном процессе конечный клиент обращается с запросом к компании с целью выяснить возможность сотрудничества, если звонящий юридическое лицо; доступность определенного лекарственного средства на территории Казахстана. Если запрос требует дополнительного уточнения специалист по работе с клиентами просит инициатор телефонного разговора оставить свои контактные данные.

Кросс функциональная коммуникация — вид коммуникации при котором специалисту требуется дополнительная информация, чтобы подготовить официальное письмо, уведомление или предоставить ответ клиенту на запрос. Примером такого вида коммуникации является обращение специалиста по работе с клиентами или тендерного специалиста к менеджеру по планированию поставок по вопросу даты доступности лекарственного средства.

Проверка документов — данный процесс связан непосредственно с видами коммерческих условий. В договоре дистрибуции предусмотрен такой вид скидки, где имеется отсрочка, к примеру, в 100 дней и в случае оплаты 50 дней, выдается скидка в размере 5% от суммы в счет-фактуре. Данная скидка выдается в виде дополнительной счет фактуры, которая позволяет уменьшить задолженность клиента. Объем запросов по таким скидкам приличный, соответственно перед выпуском такой дополнительной счет- фактуры важно проверять на постоянной основе прошла ли оплата в полном объеме вовремя для выдачи такой скидки и корректны ли везде цены. Такой пакет документов проверяет менеджер отдела дистрибуции. То есть, если от лица ТОО «Фарма» отправлена дополнительная к условиям договора официальная коммуникация, где ТОО «Фарма» обязуется выпустить дополнительные счета фактуры, менеджер по работе дистрибуции проверяет пакет документов собранных к выпуску дополнительных счетов фактур.

Согласование договора — отправка договора в формате ворд клиентам и консолидация комментариев в протокол

согласования разногласий. Далее протокол отправляется на рассмотрение юристу. После ответа юриста специалист отправляет протокол клиентам. В случае невозможности согласовать протокол в онлайн режиме, назначается встреча с клиентом.

Обработка запросов клиентов — данный процесс означает ответ клиенту на отправленный им запрос. В первую очередь это включает в себя отправку счетов, где с клиентом предварительно согласовываются сроки годности, цены, наличие и возможное дополнение к заказу. Дополнительно сюда уже можно отнести отправку актов рекламаций на лекарственные средства, запрос и отправка клиентом документов по выпуску дополнительных счетов фактур, запрос на отправку документов таких как регистрационное удостоверение и сертификаты безопасности на лекарственные средства.

Формирование отчетности — в процессе введения заявок в систему, есть возможность получить отчеты из системы по продажам за определенный период, отказы

или отсутствие в наличии лекарственного средства на период заявки. Из системы возможно сформировать отчеты, относящиеся только к первичным продажам ТОО «Фарма» клиентам. Отчеты же клиентов по их продажам и наличию направляются специалисту по работе с клиентами, который и формирует консолидированный отчет по вторичным продажам и остатков. Формирование отчета по вторичным продажам происходит два раза в месяц, при этом форматы отчетов клиентов имеют разрозненный формат, ввиду разных используемых программного обеспечения ERP — систем.

Расписанные выше бизнес — процессы отдела обеспечивают получение управленческой информации. При этом как можно заметить основная загруженность приходится на операционные уровни. Стратегические уровни задач представляют собой решение в виде личных встреч, темой которых выступает возможности долгосрочного сотрудничества, обсуждение тенденций на рынке фармацевтики, сложности в продвижении и вопросы покрытия регионов.

Литература:

1. Информационные системы и технологии в экономике и управлении. В 2 ч. Часть 1: учебник для академического бакалавриата / отв. ред. В. В. Трофимов. — 5-е изд. перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018
2. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебное пособие для академического бакалавриата / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — М.: Издательство Юрайт, 2018
3. Данилаев Д. П. Методология организации и информационная система подготовки кадрового обеспечения предприятий ОПК // Организатор производства. 2017. Т. 25. № 4. С. 5–17.

Менеджмент в области культуры

Зиятдинова Юлия Ефимовна, доктор социологических наук, профессор
Майкопский государственный технологический университет

В статье идет речь о специфике, организации и разработке форм, методов управленческой деятельности, особенностей управленческой системы в области культуры, создании органов социализирующихся на конкретных и общих направлениях социокультурной жизни общества, возложении соответствующих функций, являющихся необходимостью эффективности в управлении культурной политикой.

Ключевые слова: управление, культура, социокультурное явление, управленческая сфера в культуре, субъект и объект управления, культура как товар, рынок, методы, элементы, концепция.

Сфера управления относится ко всем видам деятельности человека. Многообразие подходов к определению понятия управление в сфере культуры, обусловлено сложностью и многослойностью этого социокультурного явления, которое достаточно трудно в условиях рыночных отношений, выразить управленческую сферу в области культурной политики региона единичным определением. Поэтому ученые видят это определение по-разному и по-разному его рассматривают и трактуют. Одно дело говорить об управлении производством и совсем другое, когда речь идет об управлении сферой культуры на региональном уровне. Ведь культура — это особая статья

в управленческой сфере, где присутствует художественное творчество, интеллектуальный потенциал, талант, эмоциональные и духовные ценности, где субъектом является — управление, а объектом, не просто культура, а все процессы, которые в ней происходят. Поэтому состояние и свойства системы управления культурологическими процессами зависят от свойств, составляющих культурологические процессы и их динамику. Следовательно, управление и культура должны быть единым процессом взаимодействия, для того, чтобы достичь желаемого социокультурного результата от этой деятельности. Ориентируясь на теоретические и практические основы управления, на четкое по-

нимание социокультурной миссии системы управления в региональной культурной политике, необходимо повышать возможности культурных ценностей, и формирования культурных потребностей у населения. «Управление возникает там и тогда, когда появляется социальная потребность в нем. Поэтому генезис управления в социальных общностях можно понимать как исторически вычленившийся из групповой совместной деятельности вид труда.

При организации и разработке форм, методов управленческой деятельности учет этих особенностей в обеспечении связей управленческой системы региона, создании органов, социализирующихся на конкретных и общих направлениях; образование для этих целей подразделений, возложение соответствующих функций является необходимостью эффективности управления культурной политикой.

Главное в научно-обоснованном управлении региональной культурной политикой — это ее направленность на духовный расцвет общества и сохранение историко-культурного наследия. Н. Бердяев писал: «Без традиции, без преемственности — культура невозможна» [1]. Являясь органичной частью политики государства, региональная культурная политика вырабатывает научно-обоснованные концепции культурного движения, планы и рекомендации, одновременно формируя у руководства страны, региона, муниципалитета внимание к культуре, умение гибко реагировать на сложность реалий в этой области, создавать эффективные механизмы руководства ими на основе комплексного подхода всех сторон жизни общества и государства, повышения эффективности воздействия культуры на социальную практику, на развитие социокультурной жизни. Управляя региональной культурной политикой, которая регулирует социокультурную жизнь, управленческий процесс можно рассматривать на всех уровнях горизонтали власти: федеральном, региональном, муниципальном, каждая из которых является одним из звеньев управленческой деятельности государственной культурной политики. Наше внимание устремлено на управление региональной культурной политикой. Его можно рассматривать на двух уровнях: обыденном и специализированном. Специализированный уровень состоит из ряда элементов:

1) сложная структура социальных организаций, включающих политическую, хозяйственную, правовую основу культуры;

2) система социально-значимого знания: научное, философское, художественное, религиозное, маркетинговое, менеджмент и имидж;

3) процесс коммуникативного менеджмента, трансляции социально значимых программ, взаимодействие СМИ с организациями культуры.

Для того, чтобы региональная культурная политика была эффективной и стимулировала активность населения, необходимо не только определить ее цели и задачи, но и сделать их социально значимыми, представив их на обсуждение населения, она должна быть гибкой и реалистичной, ее качественные изменения — это процесс культурного

движения, который не может быть однородным и неизменным, отличается новой системой региональных мер, направленных на стимулирование духовной жизни общества.

Региональная культурная политика является одним из компонентов такого понятия, как социокультурный регион, под чем подразумевается «территория, отличающаяся от соседних областей существенными социокультурными характеристиками и процессами (стратификационным и национальным составом населения, традициями, этнолингвистическими особенностями, элементами образа жизни и т. п.)» [2, с.130]. Она столь же важна для региона как политика экономическая, социальная, так как с ее помощью осуществляется активное и целенаправленное региональное регулирование сферы культуры и социально значимой культурной активности. «Ведущее значение в выделении регионов по культурным признакам приобретают особенности, связанные с проявлениями традиционно-исторических, а также ценностно-смысловых качеств жизнедеятельности людей, с разным уровнем их духовной активности, с насыщенностью научно-образовательными центрами, рекреационными зонами, учреждениями культуры и мемориалами. Важнейшим критерием выделения культурного региона выступает соотношение в нем представителей тех или иных этнонациональных культур, носителей различных религиозных ориентаций, художественных предпочтений и пр.» [2, с.131]. Анализируя общекультурные процессы на региональном уровне, что дает возможность перейти к более конкретным аналитическим категориям, а также к осмыслению явлений, фактов, тенденций на практике, такое понятие, как «региональная культура» требует уточнения. Ученые культурологи трактуют региональную культурную политику применительно к региональному развитию, во-первых, применение его по отношению к масштабным регионам расселения этнически или религиозно однородных сообществ; во-вторых, по отношению к региону, как к субъекту Российской Федерации, в рамках которого на основе определенных социокультурных качеств сформирована культурная особенностями региона и вызовами культуры. В данной статье рассматривается управленческий процесс в области культуры применительно к исследованию проблем территории окружающей среды. Предваряя анализ, можно целостность, отличающее данное региональное сообщество от соседнего» [2, с.135].

Обществу нужна перспективная культурная политика, направленная на подъем и расцвет духовной жизни, в соответствии с требованиями современности, а это зависит от эффективности управленческих процессов в области культуры. Управление, как процесс, сопровождающий жизнь человека и проходя определенные этапы в области формирования духовных потребностей через учреждения культуры, характеризуется особенностями трансляции социокультурного опыта. Управление в области культуры в современных условиях детерминировано отметить четко зафиксированное место феномена управленческих деятель-

ности в области культуры в проблемных полях, как отсутствие дифференцированного подхода к региональной среде, что относится, начиная с экономики и заканчивая экологией культурологических процессов присущих только данному региону. Обращаясь к проблемам управления в области культуры, подчеркиваем, что современное российское общество отличается социально-демографическими процессами, отражающими глобальные проблемы и тенденции региона (территории), что является основанием пересмотра управленческой деятельности в области культуры на местах. Характерным признаком для изменения управленческой деятельности в области культуры является кардинальное изменение внешних общественных и групповых регуляторов поведения человека его персональным выбором личностных постановок жизненного творчества. Можно сделать вывод, что на смену традиционного управления в сфере культуры приходит форма управления методом передачи нормативно-ценностного ядра территориальных возможностей в рамках бюджетных ассигнований отрасли культуры и рыночной стоимости произведенного товара культуры.

Можно отметить следующее — научные публикации, затрагивающие управленческую деятельность в сфере культуры и связанные с ней формы социализации, формирование культурных потребностей моно разделить на несколько направлений:

1) исследования, касающиеся формирования управленческой деятельности в сфере культуры в условиях рыночных отношений;

2) изучение влияния ценностно-духовных ориентиров на управленческую деятельность;

3) анализ управления в сфере культуры в ходе социализации и адаптации культурных и духовных ценностей как товара культуры, предлагаемого социуму.

Анализ современной управленческой социокультурной деятельности в России свидетельствует об углублении противоречий между принятыми моделями управления и новыми, еще не адаптированными технологиями, у которых присутствуют механизмы нарушения преемственности и самовозобновляемости культуры, ограничении доступности ее ценностей. Государство отвечает за сохранность культурных и духовных ценностей в стране: за образование, за свободу творчества при полном его не вмешательстве в творческую жизнь, занимаясь только управлением институтами культуры и используя их для развития духовной личности. Культурная политика государства должна учитывать деятельность всех социальных институтов, участвующих в культурном строительстве, создавать соответствующие механизмы управления осуществления этой политики на межведомственной основе. Сама культура должна стать фундаментом общества, а государство должно способствовать через управленческие формы институтов культуры стать этой культуре духовно богатой, ценностно-ориентированной в формировании и воспитании нравственных, моральных и духовных качеств человека.

Основные управленческие принципы культурной политики государством законодательно закреплены и по сути своей мало чем практически помогают ей развиваться. Это касается реальной управленческой деятельности государства в области культуры: то она находится в явном противоречии с принятыми законами, то она существует сама по себе, без учета особенностей территорий. За последние годы в сложившихся условиях нарастает процесс снижения интереса молодежи к образованию; вытеснение культурной деятельности из структуры досуга населения бездуховными, отупляющими разум и чувства развлечениями; выезд одаренной молодежи и интеллектуальной элиты за рубеж; духовный разрыв между поколениями. И все это является причинами неэффективной практики управления процессами формирования федеральной культурной политики и управлением институтами культуры.

Это заключается в следующих факторах: недооценка управленческой деятельности в сфере культуры, отсутствие точечного изучения менеджмента в организациях культуры, униженного социально-экономического положения работников культуры. Вряд ли государство в своем обновлении достигнет успеха, если не будет опираться на факторы управленческой деятельности в области институтов культуры.

Поиск новой роли государства в области культуры в современной России непосредственно связан с управленческими переменами. Однако в контексте этих перемен управленческая деятельность государства в области культуры оказалась функцией политических, социально-экономических и иных структур, а не самой культуры. Инструментальный подход управления государством в сфере культуры оказался доминирующим над самоцелевым. Новая управленческая политика государства стала, в сущности, продолжением старой, только поменявшей идеологические основы. Управленческий аспект государственной культурной политики заключается не в руководстве нижестоящими уровнями, а в стимулировании многообразия в культуре как основного условия ее выживания и развития. Это привело к тому, что культура стала коммерческой, что никак не предполагает высокое духовно-ценностное развитие общества.

Декларативным характером государственной управленческой политики в сфере культуры явилось отсутствие стратегически выверенных и научно-обоснованных направлений управленческой деятельности на федеральном и региональном уровнях, отсутствие в системе структур власти элементов, способных оценивать реальные проблемы и отражать их в форме государственных решений. В сложившейся ситуации необходимо кардинально менять многие ориентиры в управлении сферой культуры, которые бы позволяли свести к минимуму негативные последствия начавшихся преобразований и усилить ее позитивные, конструктивные элементы, повысить эффективность управленческой практики в сфере культуры на всех уровнях. Необходима принципиально новая управленческая

концепция в сфере культурной деятельности, как часть общего модернизационного процесса в России.

Сущность этой концепции заключается в прямой взаимозависимости форм и методов управления, опирающихся на дифференциацию регионов в культурной политике и социально-экономических преобразованиях в нашем обществе. Те противоречия, которые существуют на сегодняшний день между региональным управленческим аспектом и культурой территории, ставят задачу о необходимости создать, разработать теоретические и практические рекомендации и технологии управления институтами культуры и культурологическими процессами и их взаимодействие, используя индивидуальный подход к каждому региону как к живому динамичному процессу развивающегося организма.

Управленческие процессы культурной жизнью наблюдаются на двух уровнях: федеральном и региональном (край, область, город и т. д.). Поэтому управленческая деятельность в сфере культуры должна органически связывать глобальные тенденции и местные особенности. С учетом региональной специфики и ресурсов — институциональных, материальных, человеческих, достигается максимальная активность субъектов, их участие во всех процессах территории, где регион представляет собой совершенно конкретный объект управления. Поэтому именно на региональном уровне появляется возможность осуществлять управляющее воздействие на процессы, которые происходят в культуре, обеспечивающие необходимое сочетание развития и саморазвития, управления и самоуправления.

Регион является объектом всей жизнедеятельности, в том числе и культуры, которая определяется этнокультурным составом территории, ее историко-культурным потенциалом. Человек, его культура, характер жизнедеятельности неразрывно связаны со средой обитания, так как они между собой взаимосвязаны. Социально-культурная сфера региона является важным объектом. Под этим понятием подразумевались организации, учреждения, институты, обеспечивающие жизнедеятельность населения. Управленческая политика, объектом которой является инфраструктура, направлена на совершенствование и переориентацию деятельности традиционных отраслевых учреждений в соответствии с современными задачами региональной политики: создание новых типов учреждений и институтов, способствующих решению задач культурного развития территории. Управленческое видение региона — это многоуровневая среда существования, и развития культуры и, одновременно подъем экономики, как объекта, помогающего динамично развиваться культурной политике.

Регион, как объект управления культурной политикой, необходимо рассматривать в качестве субъекта различных проблем: социально-экономических, социально-демографических, социально-культурных. Исходя из этого, стратегическая задача управления культурной политикой на региональном уровне заключается в поддержке самоорганизующейся социокультуры, среды обитания человека,

создании системы условий, способствующих саморазвитию и самоорганизации культурной жизни регионов. В современной управленческой ситуации в социокультурной сфере является то, что в условиях значительных структурных изменений субъекты управления продолжают использовать традиционные для командно-административной системы управления методы. А именно организационно-распределительные, ориентированные, на приказ, директиву. Экономические методы продекларированы, но не включены в реальный управленческий процесс. Правовые методы практически не используются. Подобная ситуация снижает эффективность управления региональной культурой. Новые модели появляются и существуют вопреки сложившейся системе управления. Условия кризиса требуют ее модернизации, но не оставляют времени на практическую проверку эффективности новой модели. Проблемой региональной культурной политики является резкое отчуждение субъекта управления от управляемого объекта. Это не только снижает эффективность управления сферой культуры, но и повышает степень неопределенности в управлении.

Управленческая деятельность территориальных органов сталкивается с огромным количеством проблем и противоречий. Многие учреждения культуры, привыкшие к функционированию в рамках командно-административной системы, не получая четких распоряжений от верхних уровней, не способны самостоятельно решать приоритетные задачи. Нередко каждый из уровней и форм управления (министерства культуры, отдел культуры, учреждение культуры) живут своей отдельной, замкнутой жизнью, мало связанной с деятельностью выше и ниже стоящих уровней, что служит причиной низкого уровня реализации управленческих решений. Часто бюджетное финансирование госсектором культуры используется не на удовлетворение реальных интересов социума, а на решение других проблем.

Рассуждая о формировании региональной культурной политики, необходимо определиться, что является ее составными частями. Во-первых, определяются принципы устройства духовной жизни в социуме; во-вторых, рассматривается правильное включение в жизнь общества отношения людей; в третьих выясняется, как в эту управленческую политику включится экономика. Следовательно, каждый из этих разделов имеет свое содержание, задачи и диагностику. Содержание определяет наполнение управленческих этапов; диагностика анализирует ситуацию, сложившуюся в учреждениях культуры региона; задачи определяют и решают поставленные цели в нахождении эффективных управленческих решений в сфере культуры. Собирается информация о проблемах регионального управления в области культуры, анализируются социально-демократические структуры региона, проблемы, типичные для всех составляющих среды и образа жизни; определяются ресурсы и потенциалы социокультурной среды конкретной территории.

Полученная на данном этапе информация классифицируется как: социальные и культурные особенности и проблемы региона; характеристика региона как совокупности институциональных условий социокультурного развития личности и социальных групп; творческий потенциал региона; характеристика различных социальных и социально-демографических групп региона по различным социально-экономико-политическим, культурным признакам. На основе этой информации составляется социально-демографический паспорт региона, где учитывается состав населения, проблемы и потребности приоритетных социальных групп и разрабатываются управленческие решения по устранению недостатков.

Характерные черты нашего времени, объясняющие особенности сегодняшней сферы управления в социокультурном поле, можно объяснить следующим образом: экономика, движимая развитием техники, и современный капитализм действуют с определенной природной закономерностью и формируют современное общество, придав ему определенную социокультурную структуру, где все внимание управленческой сферы приковано к последствиям рыночных отношений; и, практически, не уделяется внимания управленческому спектру в сфере социокультурной деятельности. В социокультурной жизни нашего времени управленческая деятельность — это средство, которое в процессе производственно-творческой составляющей является связующим звеном между человеческим капиталом его ресурса (способностями, возможностями, талантом) и создаваемым им товаром во благо обществу. А для развития этих взаимоотношений, необходимо применять управленческую направляющую. Как бы не разрабатывались технологии управления, — они всегда являются результатом социальной деятельности людей, обусловленной той средой, в которой они находятся.

В круговороте экономических товарных отношений мы имеем дело с товарными стоимостями, включаясь в этот кругооборот, произведенное в духовной и государственной сферах тоже приобретает характер товара, при этом понимая, что ценностно-духовная организация сама не хозяйствует, следовательно, возникает необходимость введения новых правил в управлении социокультурными учреждениями. Вопрос ставится так, как и какие разработать модели управления, чтобы не навредить тому и той отрасли, которая занимается сохранением и трансляцией духовных ценностей и формирует культурные потребности.

С целью проведения более глубокого анализа управленческой деятельности в области культуры, используется ситуационный анализ (в частности в проблемах освоения предметов культуры (программы), эстетического развития); нормативно-прогнозный — предполагающий перспективы развития эффективных управленческих технологий, создание модели определения системы показателей и параметров при помощи управленческих структур; концептуальный аспект, подразумевающий разработку концепций культурного развития региона с учетом региональных особен-

ностей хозяйствования, географического, экономического положения. Проектно-планирующий этап, осуществляющий переход от общей концепции региональной культурной политики к программе развития социально-культурной жизни региона; исполнительско-внедренческий этап, цель которого — создание условий и организационных структур, обеспечивающих реализацию управленческих решений и соответствующих программ; контрольно-коррекционный этап, обобщающий и анализирующий промежуточные результаты реализации программы в целом и отдельных проектов, учитывая их социальную эффективность; акцентируя внимание на стратегических целях культурного развития, состоянии институтов управления, административных, финансовых, человеческих и творческих ресурсах, тактическом и оперативном управлении учреждениями культуры со стороны государственных институтов. То есть происходит комплексная диагностика состояния региона, на основе которой разрабатываются управленческие действия во всех сферах жизнедеятельности региона, в том числе и в сфере культуры, принципами которых являются демократичность, приоритетность, опережающий характер, проблемно-целевая ориентация, сочетание традиционных и инновационных процессов. Управленческой моделью защиты региональной культуры является децентрализация учреждений культуры, что есть требование демократизации управления самостоятельностью в финансовых возможностях, установления партнерских отношений между субъектом и объектом управления. Управляющий субъект в этом случае выполняет функцию посредника, организатора, координатора, спонсора. Целостность управления в этом случае достигается по принципу «самоуправления», т. е. на основе переговоров, компромиссов, взаимных уступок, достижения консенсуса между субъектами и объектами управления культурой различных уровней. Это позволит индивидуализировать работу центра с регионами, одновременно определив полномочия и обязанности сторон по развитию сферы культуры соответствующих административно-территориальных образований России, сочетать долговременные и краткосрочные задачи при решении проблем культуры в управлении.

Также к управленческой модели защиты культуры можно отнести принятие на региональном уровне закона о политике в сфере культуры и других документов, регламентирующих деятельность меценатов, спонсоров относительно сферы культуры в своих регионах. Налаживание взаимодействий с федеральными органами власти, умение управленцев в сфере культуры вывести свою культуру за пределы региона или России, формирование все большего числа сторонников реализации адекватной региональной культурной политики, умение наладить взаимодействие с разными политическими силами в своих регионах в целях защиты и развития культуры — важнейшие элементы управления региональной культурной политики.

Для разрешения проблем в сфере управления процессами культуры необходимо решить вопросы законодатель-

ного обеспечения в центре, на местах, осуществляя скоординированные действия всех ветвей власти, при этом важно, чтобы определялась ресурсная, материально подкрепляемая система их реализации, чтобы проявлялась

воля к их выполнению, как на местах, так и на федеральном уровнях. Такой подход к управленческому аспекту в сфере культуры — объективная необходимость общественного развития современной России [3].

Литература:

1. Бердяев Н. Философия неравенства. М., 1990.
2. Г. А. Аванесова, О. Н. Астафьева Социокультурное развитие российских регионов механизмы самоорганизации и региональная политика. М., Изд-во РАГС., 2004 г.
3. Ю. Е. Зиятдинова «Динамика культурных потребностей и культурная политика России в современных условиях» М.: АНО» Информационное агенство АРМ-ТАСС»/Изд-воИНТИРОСП, 2007. — 172с.

Современные методы управления дебиторской задолженностью

Иванов Алексей Юрьевич, студент

Научный руководитель: Старкова Ольга Яковлевна, кандидат экономических наук, доцент

Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

Управление дебиторской задолженностью является важной частью системы управления финансами организации, так как, как один из основных активов, дебиторская задолженность влияет на финансовую устойчивость и ликвидность организации. Каждое предприятие, когда оно предоставляет кредит, помимо возврата вложенных ею средств, рассчитывает и на получение дополнительного дохода.

Управление дебиторской задолженностью — функция финансового менеджмента. Ее основная цель — увеличение прибыли организации за счет эффективного использования дебиторской задолженности, как экономического инструмента [3].

В различных источниках встречаются разнообразные определения понятия «дебиторская задолженность». В статье 307 Гражданского кодекса Российской Федерации дебиторская задолженность определяется как «обязательства». В силу обязательства должник обязан совершить в пользу кредитора определенное действие, как-то: передать имущество, выполнить работу, уплатить деньги и т. п., либо воздержаться от определенного действия, а кредитор имеет право требовать от должника исполнения его обязательств [1].

Дебиторская задолженность представляет собой денежные суммы, которые должны быть получены организацией от ее клиентов, покупателей, прочих контрагентов, служащих и других лиц в течение одного года или отчетного периода [4].

Экономическая выгода от дебиторской задолженности выражается в том, что организация в результате погашения своей дебиторской задолженности рассчитывает получить денежные средства или их эквиваленты. Следовательно, де-

биторскую задолженность можно признать активом лишь тогда, когда существует вероятность ее погашения должником. Если эта вероятность отсутствует, то сумму дебиторской задолженности следует списать.

Дебиторскую задолженность классифицируют по ряду признаков.

1. По продолжительности: долгосрочная задолженность (срок ее погашения более 12 месяцев с отчетной даты); краткосрочная задолженность (срок ее погашения менее 12 месяцев с отчетной даты).

2. По своевременности исполнения обязательств по договору дебиторская задолженность бывает срочная, просроченная, отсроченная [2].

3. По степени обеспечения: обеспеченная и необеспеченная дебиторская задолженность.

4. По возможности взыскания: надежная (срочная или обеспеченная дебиторская задолженность); сомнительная; безнадежная [5].

5. По способу погашения дебиторская задолженность делится на: погашаемую денежными способами; погашаемую неденежными способами.

Основные факторы увеличения и уменьшения дебиторской задолженности представлены в таблице 1.

Отметим, что в условиях современного экономического кризиса и ухудшившихся условий ведения бизнеса, усугубляется проблема роста дебиторской задолженности в Российской Федерации, в том числе просроченной (таблица 2).

Как видно из таблицы 2, дебиторская задолженность в 2010–2017 гг. имеет тенденцию к постоянному росту, причем за весь период исследования она увеличилась на 123,61%, т. е. более чем в 2 раза.

Таблица 1. Факторы, влияющие на дебиторскую задолженность

Факторы увеличения	Факторы сокращения
Рост продаж	Падение продаж (если падение продаж носит сезонный характер, то сезонное падение дебиторской задолженности является закономерным)
Увеличение отсрочек платежа покупателям	Сокращение продаж в кредит
Увеличение доли покупателей с большими сроками оплаты	Сокращение продаж крупным покупателям и увеличение доли покупателей с меньшими сроками оплаты
Предоставление дополнительных отсрочек платежа по гарантийным письмам	Снижение спроса на товары и услуги организации и потеря потребительской продукции
Неосмотрительная кредитная политика организации и неэффективная работа кредитного отдела и менеджеров по сокращению дебиторской задолженности	Эффективная работа кредитного отдела и менеджеров по продажам по сокращению дебиторской задолженности

Таблица 2. Динамика дебиторской задолженности организаций Российской Федерации (без субъектов малого предпринимательства), млрд руб. [8]

Год	Дебиторская задолженность	из нее: просроченная	Из общего объема дебиторской задолженности	
			задолженность покупателей и заказчиков	из нее: просроченная
2010	18004	1048	8589	805
2011	21797	1167	10121	925
2012	22867	1225	11824	946
2013	26264	1483	13420	1199
2014	31014	2016	16074	1635
2015	35736	2276	17259	1731
2016	37053	2241	18388	1544
2017	40258	2329	19295	1639

В Пермском крае в структуре просроченной дебиторской задолженности в 2018 году задолженность покупателей составляла 80% [7, с.23].

Проблема неплатежей при совершении сделок всегда вела к возрастанию экономических рисков по таким операциям между субъектами хозяйствования. Решением данной проблемы являются форфейтинговые и факторинговые операции.

Факторинг — совокупность операций, взаимосвязанных с поставками продукции, товаров или услуг третьим лицам, расчет с организацией, занимающейся факторингом, выплачивается из дебиторских платежей (выручки).

Схема факторинга представлена на рисунке 1.



* Цифры в схеме отражают порядок осуществления операций.

** Обычно сразу после поставки товаров, но может быть и в любой день отсрочки платежа.

Рис. 1. Схема факторинга

Факторинг решает проблемы с задолженностью организаций. Малым предприятиям факторинг позволяет увеличивать производство почти на постоянной основе.

Преимущества факторинга:

- для продавца: возможность сразу же получить оплату за отгруженную продукцию, товар или оказанные

- услуги, что предотвратит кассовые разрывы в будущем, улучшит конкурентоспособность на рынке;
 - для покупателя: в среднем, продавец поставит товар или окажет услуги с возможностью отсрочки платежа до трех месяцев, что позволяет увеличить объем закупок и увеличить оборачиваемость средств;
 - для организаций, выкупающих денежные требования: получают возможность оказывать дополнительные услуги, а, следовательно, дополнительный доход [6].
- Недостатки факторинга:
- наличие факторинговых компаний с большими тарифами;

— клиент сразу может получить только до 85% от стоимости поставленной продукции, товаров или оказанных услуг, а остальную сумму он получает после оплаты долга. Поэтому наращивание непрерывного торгового оборота невозможно в полном объеме.

В современных экономических условиях дебиторская задолженность предприятий РФ существенно увеличилась, в том числе просроченная задолженность. Для снижения дебиторской задолженности такие инструменты, как факторинг и форфейтинг показали свою эффективность.

Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 16.12.2019)
2. Афоничкин А. И. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 1. Методология: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. И. Афоничкин, Л. И. Журова, Д. Г. Михаленко; под ред. А. И. Афоничкина. — 2-е изд., пер. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — С. 10.
3. Екимова К. В. Финансовый менеджмент: учебник для прикладного бакалавриата / К. В. Екимова, И. П. Савельева, К. В. Кардапольцев. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — С. 57.
4. Лукасевич И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 2. Инвестиционная и финансовая политика фирмы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., пер. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — С. 120.
5. Никулина Н. Н., Мамыкина Н. Н. Управление дебиторской задолженностью в страховом предпринимательстве // Страховые организации: бухгалтерский учет и налогообложение. 2015. — № 6. — С. 22–36.
6. Селянина Е. Правовое регулирование операций факторинга. Снижение рисков неплатежей // Финансовая газета. 2015. — № 23. — С. 12.
7. Старкова О. Я. Платежная дисциплина организаций // Znanstvena misel. — 2018. — № 23. — с.21–24.
8. Росстат [Электронный ресурс]: <http://www.gks.ru/>

Анализ последствий введения института лицензирования энергосбытовой деятельности и его влияние на экономическую устойчивость энергосбытовых компаний

Изотов Алексей Борисович, студент магистратуры
Калининградский государственный технический университет

В статье рассматриваются положительные и отрицательные стороны введения лицензирования энергосбытовой деятельности в Российской Федерации. Оценивается влияние введения лицензирования на экономическую устойчивость гарантирующих поставщиков и независимых энергосбытовых организаций.

Ключевые слова: лицензирование энергосбытовой деятельности, гарантирующий поставщик, экономическая устойчивость, платежеспособность.

Введение лицензирования энергосбытовой деятельности обсуждается уже несколько лет как во властных структурах, так и среди участников и регуляторов оптового рынка электроэнергии и мощности. Инициатором введения лицензирования является Министерство энергетики РФ. Институт лицензирования, по замыслу авторов инициативы, должен решить следующие задачи:

- 1) улучшить контроль платежной дисциплины;
- 2) ужесточить контроль финансовой устойчивости;

3) повысить качество обслуживания потребителей. Вышеназванные задачи поставлены в отношении соискателей лицензии, то есть гарантирующих поставщиков и независимых энергосбытовых организаций.

Во исполнение предложений Минэнерго РФ был принят Федеральный закон от 29.12.2017 г. № 451-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об электроэнергетике» и отдельные законодательные акты Российской Федерации, связанных с лицензированием энергосбытовой деятельно-

сти» [1]. Однако вступление в силу данного нормативного акта не один раз откладывалось по причине отсутствия детально прописанного механизма получения лицензии энергосбытовой компанией.

Согласно Федеральному закону № 451-ФЗ, с 01.07.2020 года осуществление энергосбытовой деятельности без лицензии наказывается штрафом: на должностных лиц от двухсот тысяч до двухсот пятидесяти тысяч рублей либо запретом на осуществление энергосбытовой деятельности на срок до трех лет. Для юридических лиц сумма штрафов составляет от пятисот тысяч до миллиона рублей. Также мониторинг финансового состояния гарантирующих поставщиков на оптовом рынке электроэнергии и мощности осуществляет регулятор НП Совет рынка.

Рассмотрим требования к финансовому состоянию и платежной дисциплине энергосбытовых компаний, которые предполагается законодательно закрепить в Положении о лицензировании энергосбытовой деятельности (таблица 1).

Таблица 1. Требования к финансовому состоянию и платежной дисциплине энергосбытовых компаний [2]

Наименование показателя	Значение
Контроль текущих платежей,% не менее	70
Скорость оборота общей кредиторской задолженности, дней не более	55
Обеспечение денежными средствами договорных обязательств,% не менее	80
Доля просроченной кредиторской задолженности в общей кредиторской задолженности,% не более	15

Кроме того, в проекте Положения о лицензировании предлагается ввести следующие требования к соискателям лицензии:

1) годовая задолженность, подтвержденная судом, не должна быть более среднемесячной стоимости услуг;

2) наличие возможности погасить имеющиеся кредиты в течение шести лет;

3) регистрация в качестве юридического лица;

4) у руководства нет судимости и административных правонарушений в сфере экономики;

5) нет записи в Федеральном реестре лицензий о прекращении лицензии за нарушение;

6) наличие центров обслуживания клиентов (ЦОК) в соответствии с заданными нормативами.

При этом предлагается следующая формула расчета необходимого количества центров обслуживания $N_{\text{треб}}^{\text{ЦОК}}$ для городов и муниципальных образований с количеством точек поставки не менее 300000 штук:

$$N_{\text{треб}}^{\text{ЦОК}} \geq \frac{S_{\text{ТП}}^{\text{нас}}}{170000}, \quad (1)$$

где $S_{\text{ТП}}^{\text{нас}}$ — количество точек поставки электроэнергии населению.

Если количество точек поставки меньше 300000, но больше или равно 50000 штук, то в таком муниципальном образовании нужно открыть один ЦОК, а в случае, если количество точек поставки составляет менее 50000 штук, то требуемое количество ЦОК вычисляется по формуле (1) при значении знаменателя 30000.

В целом предполагается, что инициатива Минэнерго РФ должна привести к следующим положительным результатам:

1) своевременная оплата на оптовом рынке электроэнергии и мощности, а также сетевым компаниям будет способствовать поддержанию объектов генерации и электросетевого хозяйства в нормативном состоянии;

2) качество обслуживания клиентов должно улучшиться;

3) с рынка уйдут ненадежные энергосбытовые компании.

Перед оценкой возможных последствий введения новых требований для гарантирующих поставщиков рассмотрим финансовые показатели их деятельности (таблица 2).

Таблица 2. Финансовые показатели гарантирующих поставщиков [4]

Наименование показателя	2017 г.	2018 г.	2019 г.
1. Выручка, млрд руб.	2124	2198	2358
2. Чистая прибыль (убыток), млрд руб.	7	9	0,2
3. Дебиторская задолженность, млрд руб.	269	253	260
4. Кредиторская задолженность, млрд руб.	274	270	305
5. Оборачиваемость дебиторской задолженности, дни	38	35	33
6. Оборачиваемость кредиторской задолженности, дни	32	31	32
7. Денежные средства, млрд руб.	36	41	57
8. Краткосрочные финансовые вложения, млрд руб.	14	7	12
9. Займы и кредиты, млрд руб.	84	75	79
10. Собственный капитал, млрд руб.	147	149	163
11. Заемный капитал, млрд руб.	369	362	404
12. Стоимость чистых активов, млрд руб.	133	136	147
13. Уставный капитал, млрд руб.	49	57	71

Наименование показателя	2017 г.	2018 г.	2019 г.
14. Валюта баланса, млрд руб.	516	511	567
15. Коэффициент автономии (стр. 10: стр. 14)	0,28	0,29	0,28
16. Коэффициент быстрой ликвидности ((стр. 3 + стр. 7 + стр. 8): стр. 4	1,16	1,11	1,08

Из таблицы 2 видно, что сумма кредиторской задолженности в 2019 году резко выросла, также значительно увеличилась сумма заемного капитала, деятельность гарантирующих поставщиков продолжает сильно зависеть от заемных средств, что угрожает их финансовой устойчивости. Также сумма дебиторской задолженности потребителей электроэнергии остается значительной.

В настоящий момент собираемость платежей значительно упала по всем секторам жилищно-коммунального хозяйства. Спад в промышленности из-за сложной эпидемиологической обстановки в 2020 году вероятно еще больше усугубит проблему неплатежей за потребленную электроэнергию.

На рис. 1 показана структура дебиторской задолженности, характеризующая ее качество на конец февраля 2020 года. Видно, что большая часть задолженности имеет рискованный характер. Структура дебиторской задолженности по составу должников показана на рис. 2.

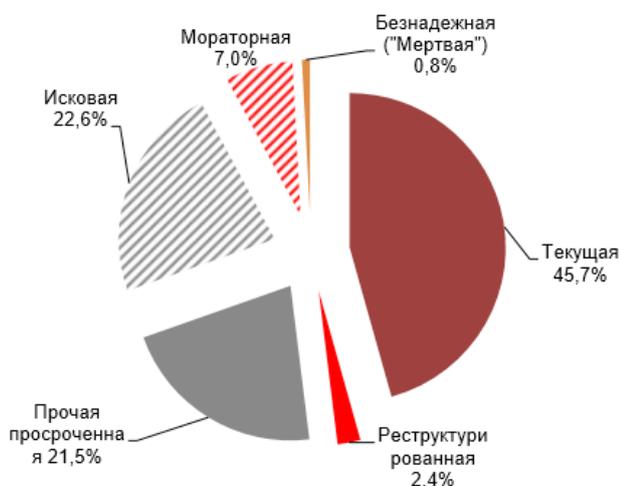


Рис. 1. Структура дебиторской задолженности по качеству [4]

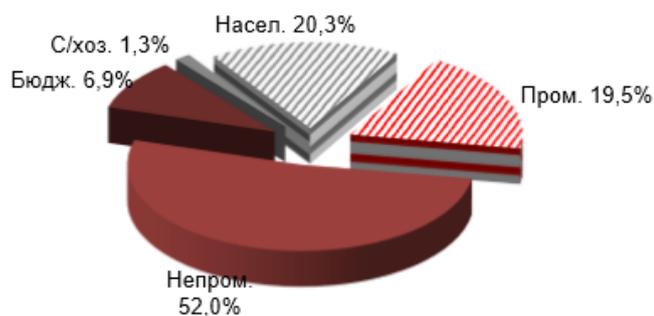


Рис. 2. Структура дебиторской задолженности по составу должников [4]

Неплатежеспособность потребителей за поставленную электроэнергию приводит к тому, что энергосбытовые организации вынуждены привлекать значительный объем кредитных средств для покрытия кассовых разрывов для оплаты покупаемой электроэнергии и мощности. Пополняя свои оборотные средства за счет кредитов, компании стараются соблюдать финансовую дисциплину на оптовом рынке электроэнергии и мощности, а также перед электросетевыми организациями.

Таким образом, финансовое положение энергосбытовых компаний остается сложным. На начало апреля 2020 г. в отношении 39 энергосбытовых компаний инициирована процедура банкротства. В таких условиях новые требования, выдвигаемые Положением о лицензировании энергосбытовой деятельности, могут увеличить число как организаций, лишенных статуса гарантирующего поставщика, так и тех, в отношении которых будет введена процедура банкротства.

Требование открытия дополнительных центров обслуживания клиентов в крупных городах отвлечет значительные средства у энергосбытовых компаний, к тому же это может оказаться малоэффективным в условиях, когда происходит цифровизация всех сервисов. Также может произойти укрупнение структур, которые будут осуществлять как закупку электроэнергии и мощности на оптовом рынке, передачу ее по своим сетям, а также сбыт на розничном рынке, что будет вести в противоположную сторону от задуманных ранее реформ электроэнергетики и привести к исчезновению конкуренции.

Отметим, что в настоящее время существует, на наш взгляд, адекватный механизм воздействия на нарушителей финансовой дисциплины на оптовом рынке электроэнергии и мощности, позволяющий лишать субъекта рынка статуса гарантирующего поставщика за просроченную оплату в течение двух месяцев. К тому же существует система финансовых гарантий, в рамках которой в 2019 году было аккредитовано 17 банков. тому же регулятор НП Совет рынка осуществляет постоянный мониторинг энергосбытовых компаний по следующим критериям [3]:

- 1) состояние расчетов на розничном рынке;
- 2) финансовое состояние;
- 3) риск нецелевого использования денежных средств.

Можно сделать вывод, что на данном этапе реформирования электроэнергетической отрасли представляется излишним введение дополнительной нагрузки на энергосбытовые организации, финансовое состояние которых из-за хронических неплатежей на розничном рынке и так нельзя назвать устойчивым.

В ближайшее время из-за спада в экономике улучшить собираемость платежей на розничном рынке

вероятнее всего не получится и следует ожидать реструктуризацию безнадежных долгов энергосбытовых компаний перед генераторами и электросетевыми компаниями.

Литература:

1. Федеральный закон от 29.12.2017 № 451-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об электроэнергетике» и отдельные законодательные акты Российской Федерации, связанных с лицензированием энергосбытовой деятельности» (ред. от 02.12.2019) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»: [Электронный ресурс] / Компания «КонсультантПлюс».
2. Официальный сайт Министерства энергетики Российской Федерации. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.minenergo.ru>. Дата обращения 22.04.2020 г.
3. Официальный сайт Ассоциации «НП Совет рынка». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.np-sr.ru>. Дата обращения 21.04.2020 г.
4. Официальный сайт АО «Центр финансовых расчетов». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.cfrenargo.ru>. Дата обращения 22.04.2020 г.

Учет и анализ доходов и расходов в организации

Панфилова Екатерина Александровна, студент

Научный руководитель: Шалаева Людмила Васильевна, кандидат экономических наук, доцент

Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

Данная статья посвящена теоретическому исследованию учета и анализа доходов и расходов в организации, где представлена сущность и задачи учета доходов и расходов, рассмотрена методика анализа и определены нормативно-правовые документы по регулированию учета доходов и расходов.

Ключевые слова: *доходы, расходы, организация, бухгалтерский учет, методика, анализ, сельскохозяйственная организация.*

Введение. В современной экономической ситуации эффективность доходов и расходов разрешает организации выдержать конкуренцию. Процесс формирования доходов и расходов важен для каждой организации, которая функционирует на рынке товаров, работ и услуг. Перечень доходов и расходов индивидуален для каждой организации, закрепленный нормативным законодательством РФ.

Целью данной статьи является теоретическое обоснование организации учета и анализа доходов и расходов в организации.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить сущность доходов и расходов организации;
2. Рассмотреть особенности ведения учета доходов и расходов на предприятии;
3. Представить обзор программ для учета расходов и доходов организации.

В исследовании были использованы труды авторов по вопросам анализа доходов и расходов организации и организации бухгалтерского учета.

Результаты. Доходы и расходы являются основными факторами, которые влияют на достоверность учета и отчетности финансовых результатов.

Согласно ПБУ 9/99 «Доходы организации», доходами является увеличение экономических выгод, происходящее

при поступлении активов или уменьшении обязательств, что ведет к росту капитала за исключением вкладов собственников имущества [1].

Расходами организации по ПБУ 10/99 «Расходы организации» является уменьшение экономических выгод, происходящее при выбытии активов или увеличении обязательств, что приводит к снижению капитала, за исключением уменьшения вкладов собственников имущества [2].

Основной объем информации о доходах и расходах организаций содержит бухгалтерский учет.

Для целей управления в бухгалтерском учете организуется учет расходов по статьям затрат. Перечень статей затрат устанавливается организацией самостоятельно.

Целью бухгалтерского учета доходов и расходов является правильное соблюдение и отражение доходов и расходов от совершаемых операций в соответствии с действующим законодательством [6, с.66].

Основные задачи учета доходов и расходов предприятий АПК представлены на рисунке 1.

Планом счетов бухгалтерского учета для учета доходов и расходов предусмотрены следующие счета [3, с.75]:

- счет 90 «Продажи» — для расчета финансового результата по доходам и расходам от обычных видов деятельности;

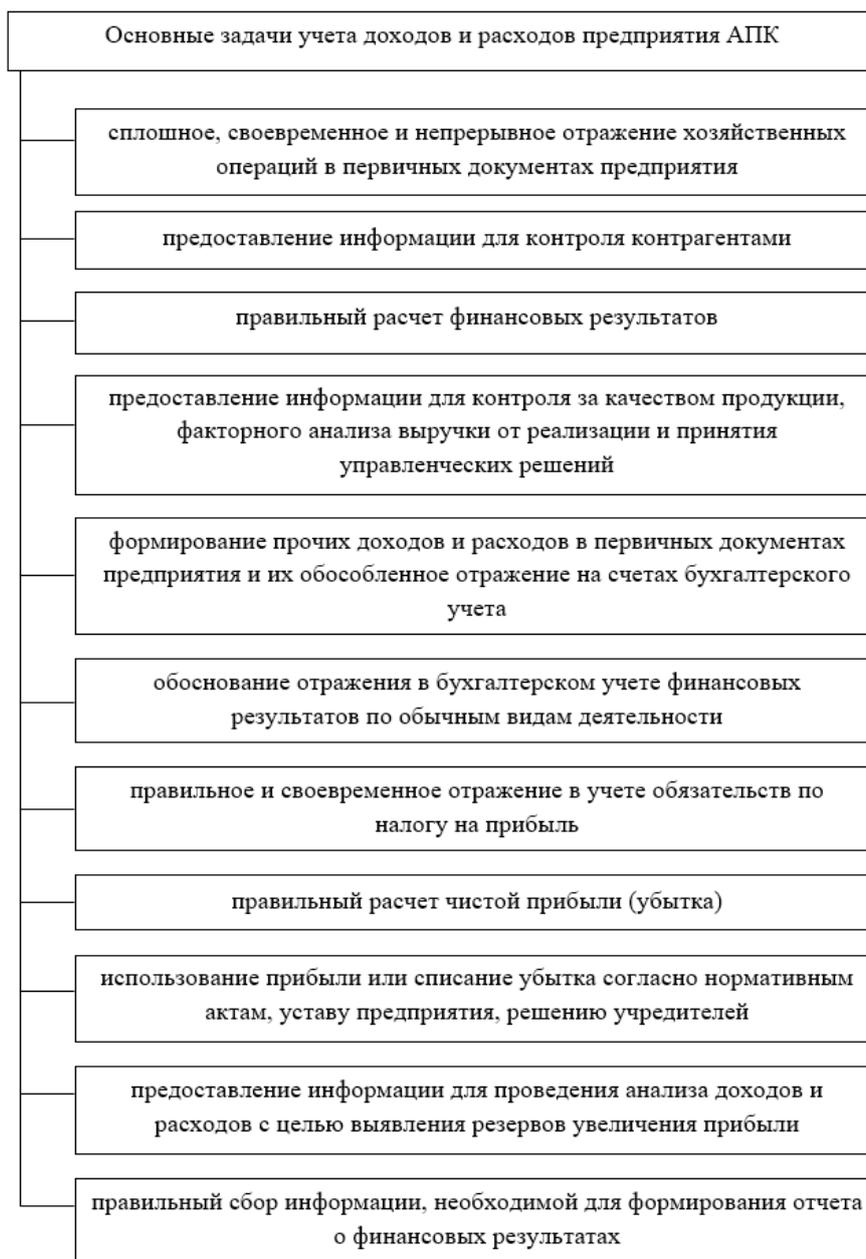


Рис. 1. Основные задачи учета доходов и расходов предприятий АПК [7, с.30]

- счет 91 «Прочие доходы и расходы» — для расчета финансового результата от прочих доходов и расходов (кроме чрезвычайных);
- счет 99 «Прибыли и убытки» — применяется для сбора информации о формировании конечного результата деятельности предприятия в отчетном году, в том числе и учета чрезвычайных доходов и расходов.

Записи по субсчетам 90–1, 90–2, 90–3, 90–4 производятся нарастающим итогом в течение отчетного года. Ежемесячно сопоставлением дебетового и кредитового оборотов по счету 90 определяется промежуточный финансовый результат от продаж (прибыль или убыток) за отчетный период, который записывают на субсчет 9 счета 90.

По окончании отчетного года все субсчета, открытые счету 90 «Продажи» (кроме субсчета 90–9 «Прибыль/убы-

ток от продаж»), закрываются внутренними записями на субсчет 90–9 [4, с.41]:

- Д-т 90–1 К-т 90–9;
- Д-т 90–9 К-т 90–2;
- Д-т 90–9 К-т 90–3;
- Д-т 90–9 К-т 90–4.

Промежуточный финансовый результат ежемесячно (заключительными оборотами) присоединяется к счету 99 «Прибыли и убытки» — прибыль отражается по кредиту счета 99, а убыток — по дебету счета 99. Таким образом, синтетический счет 90 «Продажи» сальдируется, а окончательно закрывается в конце отчетного года и сальдо на отчетную дату не имеет.

Учетный процесс завершается формированием бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Информация о доходах и расходах раскрывается в бухгалтерской отчетности предприятия, а именно в отчете о финансовых результатах, пояснениях к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах и пояснительной записке, а также специализированных формах отчетности [5, с.102]:

- ф. №6-АПК «Отчет об отраслевых показателях деятельности организаций агропромышленного комплекса»;
- ф. №9-АПК «Сведения о производстве, затратах, себестоимости и реализации продукции растениеводства»;
- ф. №13-АПК «Отчет о производстве, себестоимости и реализации продукции животноводства».

Учет доходов и расходов строго регламентирован законодательством РФ. В настоящее время согласно Федеральному закону «О бухгалтерском учете», утвержденному 06.12.2011 № 402-ФЗ сложилась пятиуровневая система нормативного регулирования:

- 1) Кодексы, Федеральные законы, Постановления правительства,
- 2) федеральные стандарты, представленные положениями по бухгалтерскому учету и отчетности,
- 3) отраслевые стандарты,

- 4) рекомендации в области бухгалтерского учета,
- 5) относится пакет внутренних рабочих документов предприятия, ключевым из которых является Устав предприятия, Приказ об учетной политике, положение о бухгалтерской службе, графики документооборота и другие.

Кроме рассмотренных выше документов, предприятие вправе использовать дополнительные формы отчетности, которые будут отвечать предъявленным ими требованиям и утверждены в установленном порядке.

Методику анализа доходов и расходов организации нередко сопоставляют с анализом финансовых результатов предприятия. Основным источником данных для анализа является отчет о финансовых результатах, который содержит информацию по видам доходов и расходов за определенный период времени (3 месяца, полгода, 9 месяцев, год) [8, с.7].

Цель анализа доходов и расходов состоит в разработке и принятии доказанных управленческих решений, которые направлены на увеличение эффективности деятельности предприятия.

В целом, объекты анализа представлены на рисунке 2.



Рис. 2. Объекты анализа финансовых результатов [12, с.33]

Более целесообразной является методика анализа доходов и расходов, которая описана О. С. Бондаренко и А. Н. Горелик, которые опирались на разработки А. Д. Шеремета. Они доказали, что данный анализ доходов и расходов предприятия представляет собой систему, которая состоит из следующих элементов:

1. Анализ состава, структуры и динамики доходов,
2. Анализ состава, структуры и динамики расходов.

Структура доходов и расходов определяется с помощью вертикального анализа, известного также как анализа масштаба, который предполагает представление дан-

ных не в абсолютных величинах, а в процентах от базового значения.

Горизонтальный анализ финансовой отчетности предполагает сопоставление финансовых коэффициентов, бенчмарков или статей финансовой отчетности за различные учетные периоды.

По показателю прибыли можно судить о плане и оценивать хозяйственную деятельность предприятия.

Факторы, влияющие на прибыль, можно представить в виде таблицы 1.

Таблица 1. Факторы, влияющие на прибыль [11, с.88]

Основные факторы	Взаимозависимые факторы
Прибыль (убыток) от реализации товаров	Объём продажи товаров
Прибыль от неторговой деятельности	Розничные цены на реализуемые товары
Сальдо доходов и расходов по внереализационным операциям	Издержки обращения
Прибыль (убыток) от реализации основных фондов	Оборачиваемость и состав капитала
	Фондовооружённость работников
	Оборачиваемость и состав капитала
	Налогоёмкость предприятия
	Численность работников предприятия
	Затраты, относимые на прибыль

Основными факторами, влияющими на прибыль, являются издержки обращения и объёмы продаж товаров. Другие факторы также влияют на прибыль и друг на друга.

Из относительных показателей анализа доходов и расходов предприятия можно выделить рентабельность затрат, рентабельность продаж и доходы на 1 рубль материальных затрат.

Рентабельность затрат определяется по формуле:

$$R_z = \text{прибыль до налогообложения} / \text{расходы по основной деятельности} * 100\%$$

Рентабельность продаж определяется следующим образом:

$$R_{пр} = \text{прибыль от продаж} / \text{доходы по основной деятельности} * 100\%$$

Доходы на 1 рубль материальных затрат есть отношение прибыли к материальным затратам предприятия.

Определение резервов повышения доходов и минимизации расходов возможно по результатам факторного анализа соответствующих показателей.

Наиболее универсальным способом является способ цепных подстановок, который используется для расчета влияния факторов во всех типах детерминированных факторных моделей — аддитивных, мультипликативных, кратных, смешанных.

Анализ доходов и расходов организации необходим как внутренним пользователям с целью определения резервов повышения прибыли и рентабельности, так и внешним пользователям для оценки организации как потенциального заемщика или делового партнера [34, с. 168].

Размер выручки от реализации зависит от особенностей предприятия, но имеется ряд общих направлений ее увеличения (рисунок 3).



Рисунок 3. Направления эффективности деятельности предприятия

Реализация всех вышеперечисленных мероприятий позволит предприятию улучшить его финансовые результаты.

Заключение. Анализ доходов и расходов позволяет дать оценку эффективности деятельности предприятия, его прибыльности, как в общем, так и в частности. Без учета результатов анализа доходов и расходов предприятия, невозможно осуществлять финансово-хозяйственную дея-

тельность. В то же время, не для каждого предприятия необходим углубленный анализ доходов и расходов. Результаты анализа доходов и расходов служат одним из средств, направляющих предприятие на эффективное развитие. Проведение анализа доходов и расходов позволяет выявить ключевые недостатки финансового и производственного потенциалов.

Литература:

1. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации»: приказ Минфина РФ от 06.05.1999 № 32н; ред. от 06.04.2015 // СПС КонсультантПлюс. Законодательство. — URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 14.04.2020).
2. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации»: приказ Минфина РФ от 06.05.1999 № 33н; ред. от 06.04.2015 // СПС КонсультантПлюс. Законодательство. — URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 14.04.2020).
3. Агеева О. А., Серебренников С. С., Харитонов С. С. Основы бухгалтерского учета и анализа — СПб.: Питер, 2017. — 448 с.
4. Алексеева, Г. И. Бухгалтерский финансовый учет. расчеты по оплате труда: Учебное пособие. — Люберцы: Юрайт, 2016. — 215 с.
5. Дарьина О. С. Методология анализа и учета доходов и расходов на предприятии / О. С. Дарьина // Молодой ученый. — 2017. — № 11. — С. 102–103
6. Дергачева Е. Е. Анализ доходов и расходов в формировании финансовых результатов в коммерческой организации / Е. Е. Друганова // Экономика и жизнь. — 2017. — № 11 — С. 66–68.
7. Запорожцев, А. В. Системный подход к управлению доходами организации / А. В. Запорожцев // Фундаментальные исследования. — 2017. — № 7. — С. 30–34.
8. Ивлева Г. С. Инновационные методы расчетов доходов и расходов в организации / Г. С. Ивлева // Вектор экономики. — 2018. — № 2 (12). — С. 9.
9. Касьянова Г. Ю. 26 ПБУ. Практический комментарий — М.: АБАК, 2017. — 592 с.
10. Ковалева А. М., Лапуста М. Г., Скамай Л. Г. Финансы фирмы: учебник. — М.: ИНФРА, 2018. — 522 с.
11. Кондраков Н. П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет / Н. П. Кондраков — М.: Проспект, 2017. — 512 с.
12. Суровнева А. А., Полянин А. В., Головина Т. А. Особенности бухгалтерского учета в организациях/ Труд и социальные отношения. — 2017. — № 4. — С. 33–38.

Оценка современного состояния продуктов рынка банкострахования

Садыкова Люция Мунировна, кандидат экономических наук, доцент;

Садыкова Ильмира Марсовна, студент магистратуры

Оренбургский государственный университет

В данной статье проанализирована продуктовая линейка рынка банкострахования: некредитного страхования — инвестиционное страхование жизни, смешенное страхования жизни, страхования имущества, страхование рисков держателей карт, страхование лиц выезжающих за рубеж; кредитное банкострахование — ипотечное страхование, страхование заемщиков, страхование имущества заемщика, сельскохозяйственное страхование заемщика; страхование рисков банков — страхование имущества банка, страхование сотрудников банка, страхование рисков банка и другие. Выявлены основные проблемы рынка банкострахования: низкие страховые тарифы, большие издержки времени и ресурсов на продажу продуктов и другие.

Ключевые слова: банкострахование, кредитное страхование, некредитное страхование, проблемы банкострахования, страхование банковских рисков.

В настоящее время одним из самых молодых сегментов российского финансового рынка, считается сотрудничество банков и страховых компаний по различ-

ным направлениям. Однако рынок банкострахования в России развит достаточно слабо, как в целом по продуктовому признаку, так и с точки зрения расширения

продаж. Используемые при этом страховые продукты, покрывают лишь малую часть существующих банковских рисков и очень далеки от программы полной и абсолютной защиты от рисков, что вызывает некоторые проблемы препятствующие дальнейшему и полноценному развитию рынка банкострахования [1], [5], считаем необходимым рассмотреть и проанализировать это взаимодействие по продуктовому признаку и выявить суще-

ствующие на данный момент проблемы и предложить пути их решения.

При рассмотрении российской специфики сотрудничества банков и страховых организаций можно понять, что в структуре рынка банкострахования России выделяют: некредитное банкострахование; кредитное банкострахование; страхование рисков банков. Структуру рынка банкострахования можно проследить на рис. 1.



Рис. 1. Структура рынка банковского страхования в РФ (%), 01.01.2017 г. — 01.01.2019 г.

Согласно данным, предоставленным на рисунке 1, можно утверждать, что в структуре рынка банкострахования наибольшую долю занимает некредитное направление, на него за 2018 год пришлось 59,7% взносов, полученных через кредитные организации. По сравнению с 2017 годом эта доля увеличилась на 4,1%, а совокупный объем некредитного страхования за 2018-й составила 417 млрд рублей. Кроме того, стоит отметить, что данное направление имеет тенденцию к увеличению. Второе место по объему страхования занимает кредитное страхование, но, несмотря на довольно высокую позицию на рынке, это направление уменьшается с каждым годом [2].

Проанализировав структуру рынка банкострахования, хотелось бы рассмотреть и проанализировать продуктовую линейку этого рынка.

Начнем анализ с лидирующего на 2018 год направления банкострахования — некредитное страхование (см. рис. 2). Основными продуктами, которые оказывают существенное влияние на объем рынка, являются инвестиционное и смешанное страхование жизни, а также страхование имущества физических лиц. Общий объем некредитного банкострахования составил 417 млрд рублей за 2018 год. За 2018 год объем инвестиционного страхования жизни достиг 312,4 млрд рублей, составив 74,9% в структуре некредитного страхования, продвигаемого через банки. Его прирост остается крайне высоким (61,9% за 2018 год),

что оказывает определяющее влияние на рост рынка банкострахования. Также значимую долю в некредитном страховании в 2018 году занимало смешанное страхование жизни (13,3%), объем которого за 2018-й составил 55,3 млрд рублей (+39,3%).

Далее рассмотрим объем и структуру кредитного страхования физических лиц (см. рис. 3) и юридических лиц (см. рис. 4)

Данные рис. 3 свидетельствуют о том, что объем кредитного страхования физических лиц составил 259,2 млрд рублей за 2018 год, превывсив значение 2017-го на 36%, однако страхование заемщиков юридических лиц сократилось на 26,5% за 2018-й и составило 10,8 млрд рублей.

В розничном кредитном страховании наибольшую долю по-прежнему занимает страхование жизни и здоровья заемщиков потребительских кредитов — 55,6% за 2018 год. Его объем составил 144 млрд рублей, увеличившись на 47,1% за 2018 год. На ипотечное страхование пришлось 14,6% взносов кредитного розничного страхования за 2018 год, на страхование заемщика от потери работы — 9,3% и на страхование автокаско — 6,3%. Объем ипотечного страхования составил 37,9 млрд рублей (+21,9%) за 2018 год, страхования заемщика от потери работы — 24 млрд рублей (+10,6%), страхования автокаско — 16,3 млрд рублей (+5,8%).

Ситуация, сложившаяся при кредитном страховании физических лиц, может быть обусловлена снижением

процентных ставок, прежде всего по потребительскому и ипотечному кредитованию, расширением спектра кредитных программ, предлагаемых банками заемщи-

кам, а также активность страховых компаний и банков по продаже страховых продуктов, не связанных с кредитованием [3].

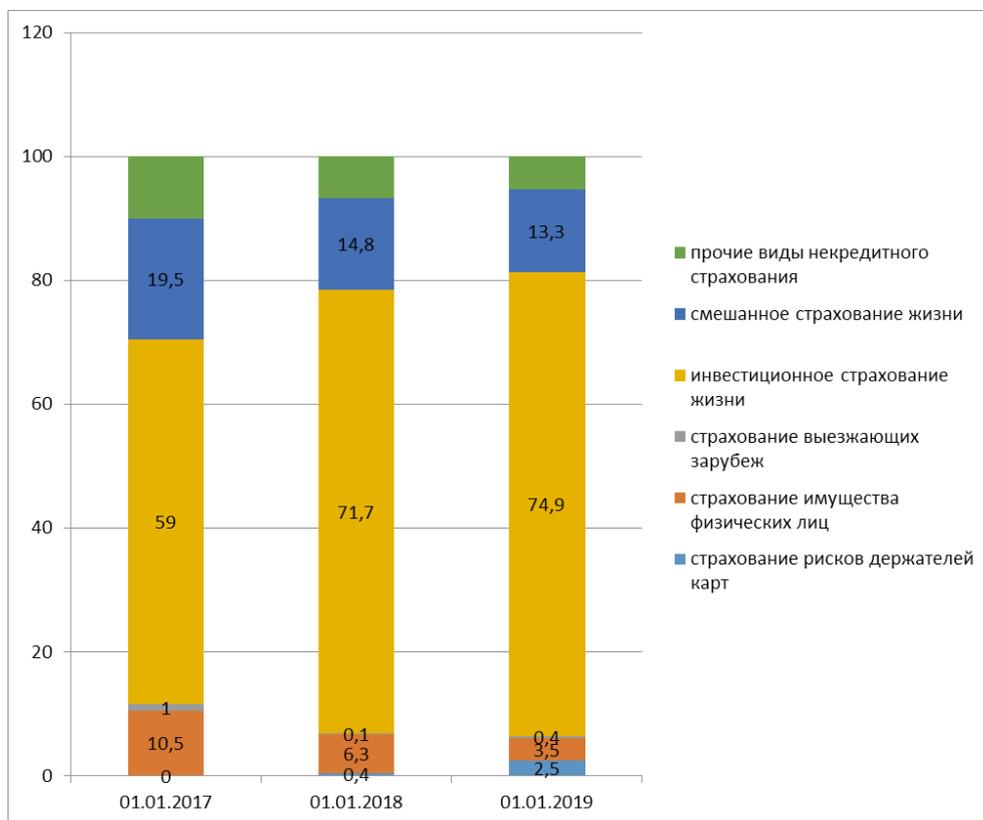


Рис. 2. Динамика структуры некредитного страхования (%), 01.01.2017 г. — 01.01.2019 г.

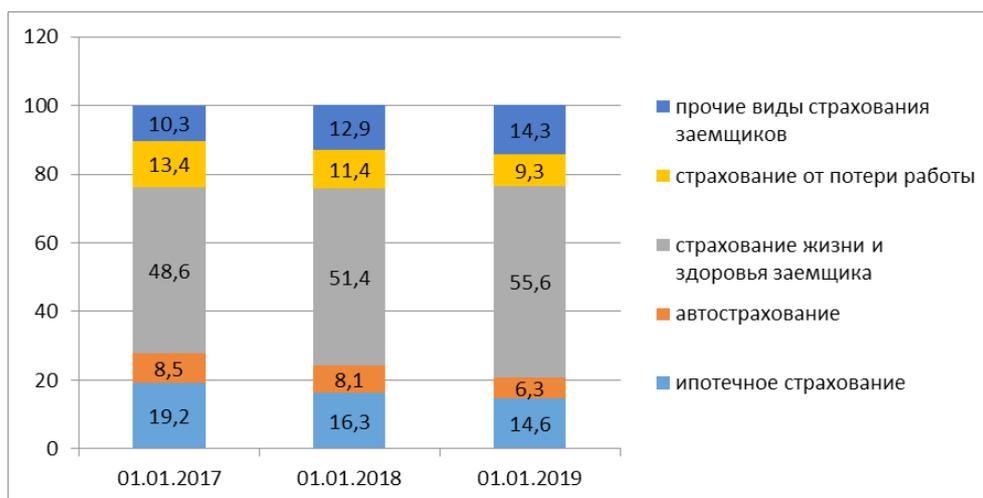


Рис. 3. Динамика структуры кредитного страхования физических лиц (%), 01.01.2017 г. — 01.01.2019 г.

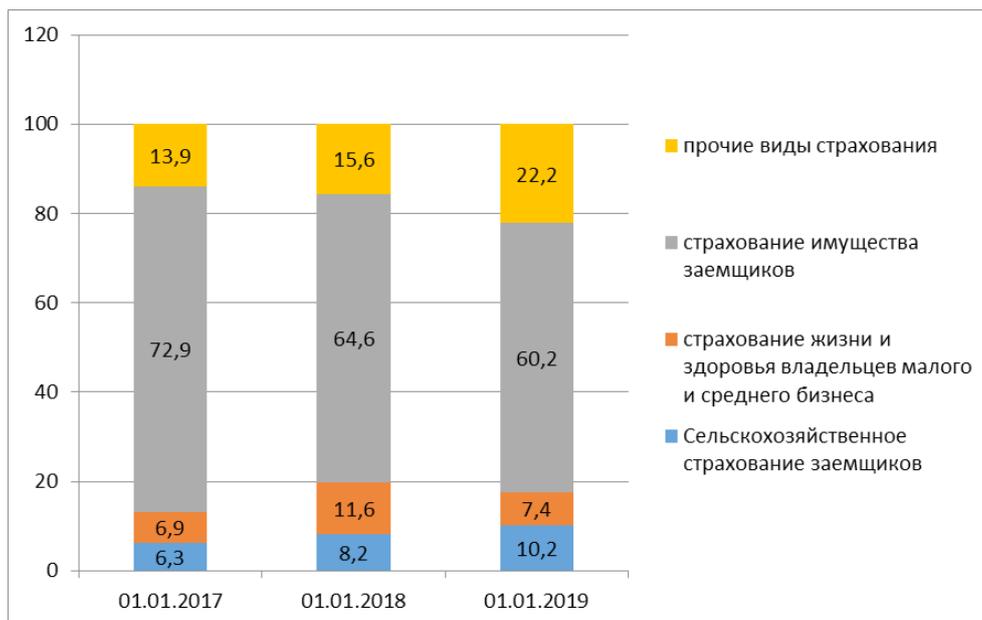


Рис. 4. Динамика структуры кредитного страхования юридических лиц (%), 01.01.2017 г. — 01.01.2019 г.

В страховании заемщиков юридических лиц отмечается падение по двум направлениям: страхование имущества, включающее залоговое имущество, товары на складе, товары в обороте, за 2018 год сократилось на 31,6% и составило 6,5 млрд рублей, страхование жизни и здоровья владельцев малого и среднего бизнеса, в том числе ИП, — на 52,9%, до 0,8 млрд рублей. Однако по прочим видам стра-

хования и сельскохозяйственному страхованию заемщиков наблюдается тенденция к увеличению доли на рынке — на 2%, до 1,1 млрд рублей и на 6,6% соответственно.

Считаем необходимым рассмотреть, страхования рисков банков и акцентируем свое внимание на динамике структуры рисков. В первую очередь хотелось бы уделить внимание динамике структуры страхования рисков.

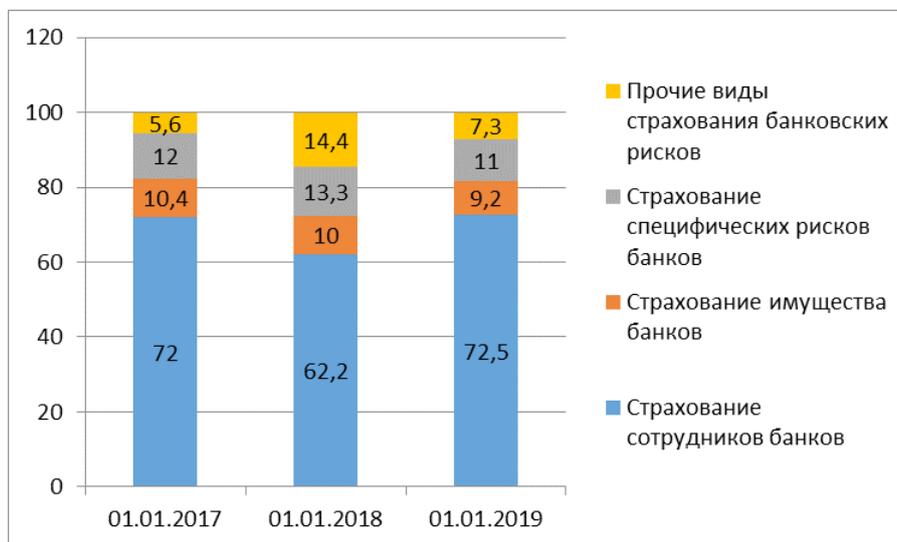


Рис. 5. Динамика структуры страхования банковских рисков (%), 01.01.2017 г. — 01.01.2019 г.

Проанализировав рис. 5, был сделан вывод, что объем страхования рисков банков за 2018 год увеличился на 21,1%, до 10,9 млрд рублей. Кроме того, стоит отметить, что показатель страхования сотрудников банка имеет положительную тенденцию, что говорит о том, что жизнь банковских работников стала больше подвергаться опасности и в связи с этим потребность в поддержании здоровья и жизни со-

трудников увеличилась, следовательно, увеличилось и страхование. Что касается других видов страхования, то здесь имеет место сказать, что страхование уменьшилось в связи с уменьшением рисков [4].

В ходе исследования нами были выявлены основные проблемы, существующие на российском рынке банковского страхования.

Во-первых, проблема заключена в том, что страховые организации предлагают более низкий тариф по нескольким видам страхования при обеспечении себе конкурентных преимуществ, но в результате это приводит к невозможности выполнения ими своих обязательств, из-за недостаточного количества средств для выплаты по страховым случаям.

Во-вторых, проблема состоит в том, что существуют большие издержки времени и ресурсов на продажу продуктов банкострахования. Сущность данной проблемы заключается в том, что у банков и страховых компаний совершенно разные интересы на финансовые продукты: те продукты, которые могут быть интересны страховым компаниям, банки не всегда воспринимают и принимают, потому что с точки зрения банка, на продажу этого продукта нужно потратить во много раз больше времени, чем на продажу одного банковского продукта.

В-третьих, важной проблемой в сотрудничестве банковского и страхового бизнеса можно назвать «навязывание» продуктов банкострахования. Стоит сказать, что эта проблема проявляется в тот момент деятельности банков и страховых компаний, когда сотрудники одной компании рекомендуют совместно с основным продуктом приобрести еще и продукт компании-партнера, обещая при этом положительный ответ на запрашиваемую услугу. Однако потребитель продукции при согласии на такое предложение не только автоматически увеличивает стоимость своей услуги, но и становится участником нарушения уголовного кодекса.

На основе вышеперечисленных проблем, нами предложены перспективы совершенствования отрасли банкострахования на современном этапе:

— для решения первой проблемы, считаем необходимо решить это за счет снижений комиссионных вознаграждений банку, а не за счет снижения страховых тарифов, так как это приводит к невыполнению страховщиком своих обязательств;

— для решения второй проблемы, считаем необходимым разработать и внедрить современное программное обеспечение для реализации страховых продуктов; проведение совместных тренингов и образовательных программ для работников банков и страховых компаний для повыше-

ния квалификации в сфере банкострахования; увеличение степени информированности клиентов, работников банка о сущности и необходимости страховых программ; предоставление клиентам выбора страховой компании и страхового продукта на рынке банкострахования; повышение финансовой грамотности населения, в том числе за счет повышения информированности клиентов о сути и стоимости приобретаемых страховых продуктов;

— для решения последней проблемы, необходимо более часто осуществлять проверки Федеральной Антимонопольной Службой.

В завершение следует отметить, на российском рынке банкострахования особое внимание необходимо уделять информированию клиентов о своем существовании, предлагаемых продуктах, чтобы привлечь как можно больше новых клиентов и сохранить прежних, утвердится на этом рынке и создать о себе положительное общественное мнение. Страховые компании и банки вынуждены заниматься изучением поведения потребителей, их предложений и запросов, вырабатывая специфические методы воздействия на спрос. Только оптимальный, взаимосвязанный подход страховых компаний и банков позволит достичь положительного экономического эффекта, учитывая особенность рынка банкострахования. Учитывая специфику этих продуктов, маркетологам особенно важно соответствие спроса и предложения на рынке банкострахования. В итоге, появится возможность лучше удержать выгодных клиентов и наращивать прибыль за счет роста количества банкостраховых продуктов и получения дополнительной маржи. Эффективные формы взаимодействия обеспечит не только долгосрочную конкурентоспособность, но и дополнительный прирост прибыли рынку банкострахования.

Будем надеяться, что рынок банкострахования в России в дальнейшем продолжит развиваться, поскольку данный вид услуг является взаимовыгодным для страховых организаций и банков. Для страховых компаний банкострахование выступает в роли дополнительного канала продаж, при помощи которого предоставляется возможность расширить клиентскую базу и увеличить объем страховых взносов, а банки, в свою очередь, заинтересованы в получении комиссионных доходов и минимизации кредитных рисков.

Литература:

1. Садыкова Л. М., Коробейникова Е. В. Перспективы развития банкострахования как интегрированной формы организации бизнеса / Л. М. Садыкова, Е. В. Коробейникова // В мире научных открытий. — Красноярск. — 2015. — № 3.5 (63). — С. 2311–2322 ISSN 2072–0831 Журнал включен в перечень ВАК МО и Н РФ
2. Садыкова Л. М., Николаев К. А. Банкострахование в РФ: проблемы и перспективы. // Тенденции и перспективы развития банковской системы в современных экономических условия. Т. 1: материалы международной научно-практической конференции (25 декабря 2018г). — Брянск: Издательство БГУ им. акад. И. Г. Петровского, 2018. — С. — 314–318.
3. Донецкова О. Ю., Садыкова Л. М. О проблемах развития банкострахования в РФ/ О. Ю. Донецкова, Л. М. Садыкова // Вестник Оренбургского государственного университета. — 2015. — № 8 (183), август. — С. 42–46. Журнал включен в перечень ВАК МО и Н РФ ISSN 1814–6457

4. Рынок банкострахования: рост перед падением. [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://raexpert.ru/researches/insurance/bancassurance_2019
5. Алехина Е. С. Теоретические аспекты и современные тенденции развития банкострахования в России / Алехина Е. С., Третьякова И. Н., Яблонская А. Е. // Издательский дом ФИНАНСЫ И КРЕДИТ — 2015. — № 26. — С. 25.

Анализ рынка БАД и тенденции его развития

Сигова Анастасия Сергеевна, студент

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва)

В статье авторы пытаются определить каналы развития БАД.

Ключевые слова: БАД, развитие, здоровый образ жизни.

На сегодняшний день, наиболее востребованными темами для научных исследований являются вопросы, связанные с научно-техническим прогрессом, финансовыми и экономическими аспектами, а также вопросы здравоохранения и здорового образа жизни.

Именно поэтому для написания научно-исследовательской работы была выбрана тема «Анализ рынка БАД и тенденции его развития». Ведь БАД являются одним из возможных компонентов для ведения здорового образа жизни и являются объектом, созданным при помощи научно-технического прогресса. Кроме того, анализ данного рынка и тенденций его развития позволит определить привлекательность данного рынка для дальнейшей работы на нём. Таким образом, можно отметить, что актуальность работы заключается в получении новой информации о развитии и перспективах рынках БАД, который на сегодняшний день исследован недостаточно, а также в заинтересованности получения знаний для работы на данном рынке и написания диссертационной работы по нему.

Исследование проводилось на основании изучения научных работ отечественных авторов: Лин А. А., Марьяновский Л. П., Соколов Б. И., Соколова С. В., Орлов А. С. и т. д. Также, был исследован независимый «Регистр лекарственных средств России» (РЛС) и «БАД — Единый электронный справочник БАД». Был рассмотрен аналитический отчет компании DSM Group, под названием «Розничный аудит фармацевтического рынка РФ». Все источники были детально изучены, проанализированы, полученные знания систематизированы.

Полученный материал может быть использован в дальнейшем для написания магистерской диссертации.

Данная тема была подробно изучена А. А. Лином и С. В. Соколовой, которые в своих трудах подробно рассматриваются фундаментальные особенности фармацевтического рынка, и выделяют особый их класс — БАД. Марьяновский Л. П. в своей книге даёт чёткое отображение состояния рынка БАД на территории России, описывает тенденции развития, и проблемы, которые встречаются на нём. Соколов Б. И. рассматривает структурные особенности российского рынка БАД, благодаря его трудам в дан-

ной статье анализируются особенности канала продаж на Российском рынке. Соколова С. В. в своей книге анализирует тенденцию государственных закупок на рынок БАД, затрагивает проблему снижения уровня доверия к данным препаратам и предлагает введение законодательных актов, которые бы позволили контролировать их качество и ограничение нанесения вредоносного эффекта.

Кроме того, большая часть статьи основана на результатах исследования независимой компании ЗАО Группа «ДСМ», которая формирует ежемесячный и ежегодный отчёт по состоянию фармацевтического рынка России, где отдельным блоком выделяет именно рынок БАД. Данные отчёты не несут рекомендательного характера и не выделяют проблемы на фармацевтическом рынке, однако, опираясь на данные сведения, можно сделать собственные выводы и отследить тенденцию развития рынка.

Рассматриваемую в научной статье тему можно в дальнейшем изучать более детально, по нашему мнению, данную тему можно совершенствовать, путём изучения следующих вопросов:

1. Рассмотреть перспективность развития такого канала продаж для БАД, как Интернет. Понят, почему на сегодняшний день этот канал находится всего лишь на третьем месте в рейтинге каналов продаж. Возможно ли приобретение лидерских позиций данного канала?

2. Изучить проблему завоевания большей доли рынка зарубежных производителей на Российском рынке. Т. е. понять, по какой именно причине российские потребители стали отдавать предпочтение отечественного продукта зарубежному.

3. Проанализировать, зависит ли объём продаж БАД от их стоимости, по данным, использованным в представленной статье — зависимость не прослеживается, отмечается обратный эффект. Перспективным направлением исследования является детальное рассмотрение данного вопроса, поскольку оно является достаточно спорным.

4. Исследовать какие именно БАД интересны российскому потребителю, т. е. какие именно аспекты своего здоровья хотят улучшить потребители. Такое исследование поможет лучше понять спрос и предприятиям, которые на-

ходятся на данном рынке станет проще формировать номенклатуру своих товаров.

5. Подготовить список мер, необходимых для повышения качества продукции на рынке БАД для повышения доверия со стороны потребителей.

Таким образом, выше представлены темы, которые являются интересными для рассмотрения не в рамках написанной статьи, а после её выпуска.

В рамках написания НИР была подготовлена статья на тему: «Анализ рынка БАД и тенденции его развития». В ходе написания данной работы, было дано понятие БАД, значение их свойств, а также причины их возникновения. Было определено, что потребность в БАД была сформирована в середине XX века, в связи с повышением внимания человечества к своему организму и развитию культуры здорового образа жизни. Первыми осуществлять производство БАДов стали Японские, Китайские и Американские производители, Российские же присоединились позже — в конце XX века. Несмотря на это Российский рынок стал быстро развиваться, а анализ его динамики и перспективность является важным шагом к пониманию успешности данного сегмента рынка, в чём и заключается актуальность данного исследования.

В статье были подробно проанализированы каналы распространения БАД на Российском рынке, тенденция развития рынка БАД, объёмы рынка, основные фигура (компании) присутствующие на сегодняшний день на рынке. Данный анализ показал, что объём рынка БАД в России на февраль 2020 года составил 27,8 млн упаковок на общую стоимость 6,1 млрд рублей. А всего на рынке находится 2105 брендов биологически активных добавок от 818 производителей. Отметим, что в статье использовались самые последние, имеющиеся на сегодняшний день опубликованные данные, а именно данные на февраль 2020 года.

Также, в статье был проведён анализ присутствия на Российском рынке зарубежных и отечественных производителей. Который показал, что большую долю рынка занимают всё же зарубежные компании — 51,4%, в то время как российские — 48,6% соответственно.

Кроме того, в статье был представлен ТОП-10 компаний, присутствующих на сегодняшний день на российском

рынке БАД. Первую строчку рейтинга занимает компания «Эвалар» с долей 15,5%. На втором месте находится американская компания Solgar Vitamin and Herb (для которой составляет 6,8%). Третью строчку рейтинга занимает канадский производитель PharmaMed занимая на рынке 5,6% доли.

В результате написания статьи были сделаны выводы о том, что объём рынка БАД неуклонно растёт, а значит, отрасль является достаточно привлекательной для инвестирования, хотя, одновременно с этим нуждается в ужесточении контроля за качеством производства для повышения своей репутации в глаз потребителя.

Написание научно-исследовательской работы является одной из составляющих обучения студента в магистратуре. Позволяет студенту научиться получать, анализировать и усваивать полученные знания. А главное, позволяет добыть информацию, которые позже возможно использовать для написания выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

В ходе выполнения данной работы перед нами стояла задача написания статьи на тему: «Анализ рынка БАД и тенденции его развития».

Для написания данной статьи были проанализированы источники отечественных авторов, а также различные Интернет-ресурсы. Были обозначены основные проблемы рассматриваемой темы, а также даны направления дальнейших исследований по рассматриваемому вопросу.

В ходе написания статьи было дано понятие БАД, значение их свойств, а также причины их возникновения. Были проанализированы основные тенденции развития данного рынка, оценены перспективы, которые позволили сделать вывод, что данный рынок является перспективным для работы на нём и инвестирования.

Статья была оформлена в соответствии с требованиями ГОСТ, имеет прикладные свойства для использования. Также может послужить для написания магистерской диссертации. В ходе написания статьи были закреплены основные знания и умения по сбору информации, её анализу и дальнейшей интерпретации. Таким образом, можно отметить, что цель написания научно-исследовательской работы была достигнута.

Литература:

1. Лин А. А., Соколова С. В. Фармацевтический рынок: фундаментальные особенности. Статья 1, ч. 1. // Проблемы современной экономики. — 2018. — 2 (42). — С. 372–375.
2. Марьяновский Л. П. Рынок БАД в России. — [Электронный ресурс] режим доступа: URL: <http://www.aptekaexpo.ru/files/2013/forum/Apteka-forum-11dec13-BAD-v-rossii-bytiline-byt-Marjanovskij-rynok-BAD-v-rossii.pdf> (дата обращения: 11.04.2020).
3. Соколов Б. И., Лин А. А., Орлов А. С. Фармацевтический рынок: структурные особенности в России // Проблемы современной экономики. — 2019. — 4 (44). — С. 336–341.
4. Соколова С. В., Орлов А. С., Румянцева М. С. Фармацевтический рынок: государственные закупки лекарственных препаратов // Проблемы современной экономики. — 2019. — (48). — С. 345–349.
5. Фармацевтический рынок России. Итоги 2019 года: аналитический отчет. — М.: ЗАО Группа «ДСМ», 2019. — [Электронный ресурс] режим доступа: URL: <https://www.dsm.ru/marketing/free-information/analytic-reports/> (дата обращения: 12.04.2020).

6. Фармацевтический рынок России. Февраль 2020 года: аналитический отчет. — М.: ЗАО Группа «ДСМ», 2020. [Электронный ресурс] режим доступа: URL: <https://www.dsm.ru/marketing/free-information/analytic-reports/> (дата обращения: 12.04.2020).
7. Регистр БАД — Единый электронный справочник БАД. [Электронный ресурс]: URL: <http://registrbad.ru/bad/47837> (дата обращения: 13.04.2020).

Субординация причин, факторов и истоков банкротства предприятия

Терновых Елена Валериевна, кандидат экономических наук, доцент;

Киселева Анастасия Дмитриевна, студент магистратуры

Воронежский государственный аграрный университет имени Императора Петра I

В статье авторы предложили уточненные определения таких категорий как «причины», «факторы» и «истоки» банкротства предприятия, а также предприняли попытку их субординации.

Ключевые слова: предприятие, банкротство, истоки банкротства, причины банкротства, факторы банкротства.

Нестабильность экономического положения в современной России, вызванная негативными тенденциями как в мировой экономике, так и внутри страны, приводит к тому, что многие предприятия утрачивают перспективу не только дальнейшего развития, но и существования в принципе, и вступают на путь развития несостоятельности и банкротства.

Банкротство предприятия не является результатом случая, а зарождается под воздействием различных факторов и по различным причинам. Вопрос о факторах и причинах банкротства предприятия является предметом исследования в работах многих экономистов: З. А. Круш, О. В. Федоричевой, В. П. Луконина, Е. П. Жарковской, Б. В. Латышевой, О. А. Львовой и др. Однако общепринятой позиции по приоритетности воздействия факторов или причин, вызывающих зарождение и развитие несостоятельности и банкротства на предприятии, по их взаимосвязи, мультиплицированию и т. п. так и не сформировано.

В попытке разделить факторы и причины несостоятельности и банкротства предприятия можно сказать, что факторы обусловлены изменением внешних и внутренних условий его функционирования, природой деятельности и присутствуют вследствие рисков предпринимательской деятельности.

Вообще, с этимологической точки зрения, фактор — это момент, существенное обстоятельство в каком-либо процессе, явлении [6]. В свою очередь, факторы банкротства истолковываются в экономической литературе как настоящие события или зафиксированные состояния, установленные тенденции, свидетельствующие о возможности наступления кризиса на предприятии, способного перерасти в неплатежеспособность и последующее банкротство [1, 5]. В целом банкротство предприятий возникает в результате нарушения процесса воспроизводства, развития кризисных процессов, обусловленных действием макроэкономических и микроэкономических факторов. Среди факторов макроуровня ученые выделяют [7] действие си-

стемных факторов, связанных с незавершенностью институциональных преобразований, неразвитостью правовой базы и т. д. Воздействие макроэкономических факторов усугубляется возможным наличием внутренних факторов, ведущих к неплатежеспособности. К микроэкономическим факторам относят такие как: непрофессионализм менеджмента, ведущий к неправильной оценке рисков, производство продукции, невостребованной рынком и т. д.

Наряду с факторами банкротства предприятия экономистами выделяются и исследуются причины банкротства.

С общетеоретических позиций, причина определяется как явление, вызывающее, обуславливающее возникновение другого явления [6]. Экономисты определяют причины банкротства в качестве события или явления, вследствие которых проявляются факторы кризиса и риска банкротства [4]. Они оказывают непосредственное воздействие на зарождение и развитие кризиса, способного впоследствии привести к банкротству предприятия, и имеют временные рамки. В частности, Э. Коротков [2] считает, что причины банкротства — это те события, вследствие которых возникают кризисы, приводящие к неплатежеспособности или банкротству. Иначе говоря, если инфляция может послужить фактором кризиса, то увеличение денежной массы — его причина. Причины определяют те действия, которые необходимо предпринять для предупреждения и предотвращения банкротства предприятия.

Таким образом, можно предположить, что причина и фактор банкротства предприятия соотносятся между собой как основание и движущая сила. Первоисточником кризисных событий выступают причины, а именно основания, существующие в предшествующих состояниях социально-экономической системы, которые определяют возникновение кризиса и изменение параметров ее функционирования и проявляются посредством факторов.

Исследованиями установлено, что отдельные ученые предлагают различать также провоцирующие банкрот-

ство специфические тенденции и явления, различаемые на глубинном уровне деятельности предприятия, которые квалифицируют как истоки банкротства. Такой подход, в частности, обосновывается в работе З. А. Круш и Л. В. Луциковой [3]. По их мнению, исток представляет такое негативное явление в хозяйственной жизни предприятия, которое дает начало зарождению несостоятельности, и как следствие, развитию банкротства, то есть, другими словами, это не что иное, как первоисточ-

ник несостоятельности и банкротства. Авторы считают, что рассматривать истоки возникновения банкротства необходимо в самих механизмах деятельности предприятия, а конкретно в нарушении финансового равновесия в определенных аспектах его деятельности, им видятся четыре таких нарушения: нерациональная структура капитала; нерациональная сумма и структура активов; убыточная деятельность; несогласованность денежных потоков (таблица 1).

Таблица 1. Краткая характеристика истоков возникновения банкротства предприятий

Исток возникновения банкротства	Краткое описание
Нерациональная структура капитала	Нарушение правил вертикальной и горизонтальной структуры баланса (капитала) говорит о нерациональном размещении капитала, вследствие чего не обеспечивается ликвидность отдельных видов имущества и выступает генератором неплатежеспособности.
Нерациональная сумма и структура активов (в т. ч. оборотных)	С увеличением суммы оборотных средств происходит образование временно бездействующих оборотных активов, увеличение издержек их финансирования (дополнительная плата за кредит, потери, издержки хранения, снижение коэффициента оборачиваемости), что, соответственно, приводит к снижению прибыли.
Убыточная деятельность, т. е. недостаточная прибыльность	Убытки представляют собой прямую утрату собственного или части заемного капитала и могут быть покрыты только за счет прибыли предприятия.
Несогласованность денежных притоков и оттоков (денежных поступлений и расходов) и отсутствие их планирования и анализа	Неплатежеспособность проявляется в отсутствии денежных средств для погашения текущих долгов. Причина этого — несовпадение во времени денежных потоков, с одной стороны, и потока материально — производственных запасов и расчетов, генерирующих прибыль, с другой. Отсутствие планирования денежных потоков как планомерного поступления и расхода выручки от реализации продукции под влиянием текущих обязательств — одна из основных причин неплатежеспособности предприятий.

Таким образом, считаем обоснованным и необходимым рассматривать все три категории — «истоки», «причины» и «факторы» банкротства предприятия в тесной взаимосвязи и взаимообусловленности. Это объясняется тем обстоятельством, что исток является отправной точкой в зарождении несостоятельности предприятия, при влиянии на него «существенных обстоятельств и явлений», иначе говоря, причин, происходит последующая катализация развития несостоятельности, проявляющаяся посредством факторов, как установленных тенденций, свидетельствующие о возможности наступления банкротства предприятия.

Основываясь на проведенных исследованиях, считаем возможным предложить уточненную классификацию взаимосвязи истоков, причин и факторов возникновения банкротства предприятия как на макро-, так и на микроуровнях, представленную на рисунке 1.

Предложенная классификация истоков, причин и факторов возникновения банкротства предприятия на основе их субординации позволит своевременно и полном объеме проводить их идентификацию и определять набор эффективных методов, посредством которых вырабатывать меры для предупреждения, преодоления банкротства и обеспечения финансовой состоятельности предприятия на перспективу.

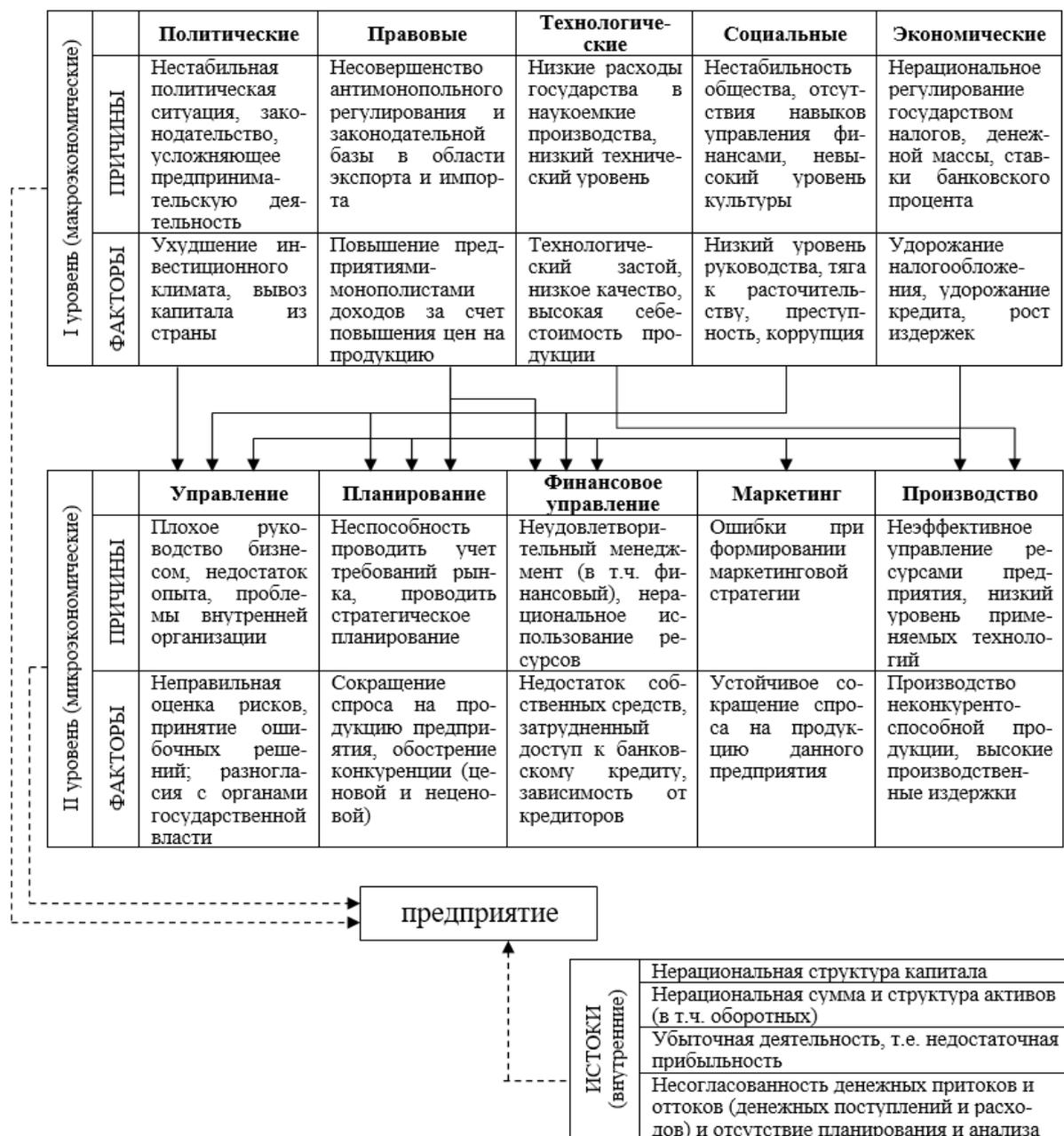


Рис. 1. Уточненная классификация истоков, причин и факторов возникновения банкротства предприятия на основе их субординации

Литература:

1. Азрилян А. Н. Большой экономический словарь. / А. Н. Азрилян — М.: Институт новой экономики, 2008. — 384 с.
2. Коротков Э. М. Антикризисное управление. / Э. М. Коротков — М.: ИНФРА-М, 2000. — 423 с.
3. Круш З. А. Антикризисное управление финансами коммерческих организаций. / З. А. Круш, Л. В. Лущикова — Воронеж ФГОУ ВПО ВГАУ, 2001. — 152 с.
4. Львова О. А. Банкротство в системе рыночных отношений / О. А. Львова: дис... канд. экон. наук. Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова — М, 2012.
5. Львова О. А. Факторы и причины банкротства компаний в условиях современной экономики / О. А. Львова, О. М. Пеганова // Государственное управление. Электронный вестник. — 2014. — № 44. — С. 64–82.
6. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: Ок. 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / под ред. Л. И. Скворцова. — М, 2012. — 1376 с.
7. Седлов И. В. Обеспечивающие звенья функционирования экономического механизма предотвращения банкротства / И. В. Седлов // Финансовая аналитика. Проблемы и решения. — 2009. — № 1 (31). — С. 70–73.

Особенности учёта товарных операций в торговой организации

Торопынина Анастасия Викторовна, студент;

Шамрина Ирина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент
 Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Липецкий филиал

Важнейшими действиями в торговле считается получение товаров и их последующее осуществление посредством предприятий розничной или оптовой торговли.

На данный период торговая деятельность считается наиболее популярным видом деятельности в Российской Федерации. Согласно сведениям Росстата (Федеральной

службы государственной статистики) в 2019 году число действующих предприятий, занимающихся в области торговли, составило 1081,5 тыс. организаций. Проанализировав детально статистические сведения, представим на рисунке 1 разделение по видам экономической деятельности действующих предприятий.

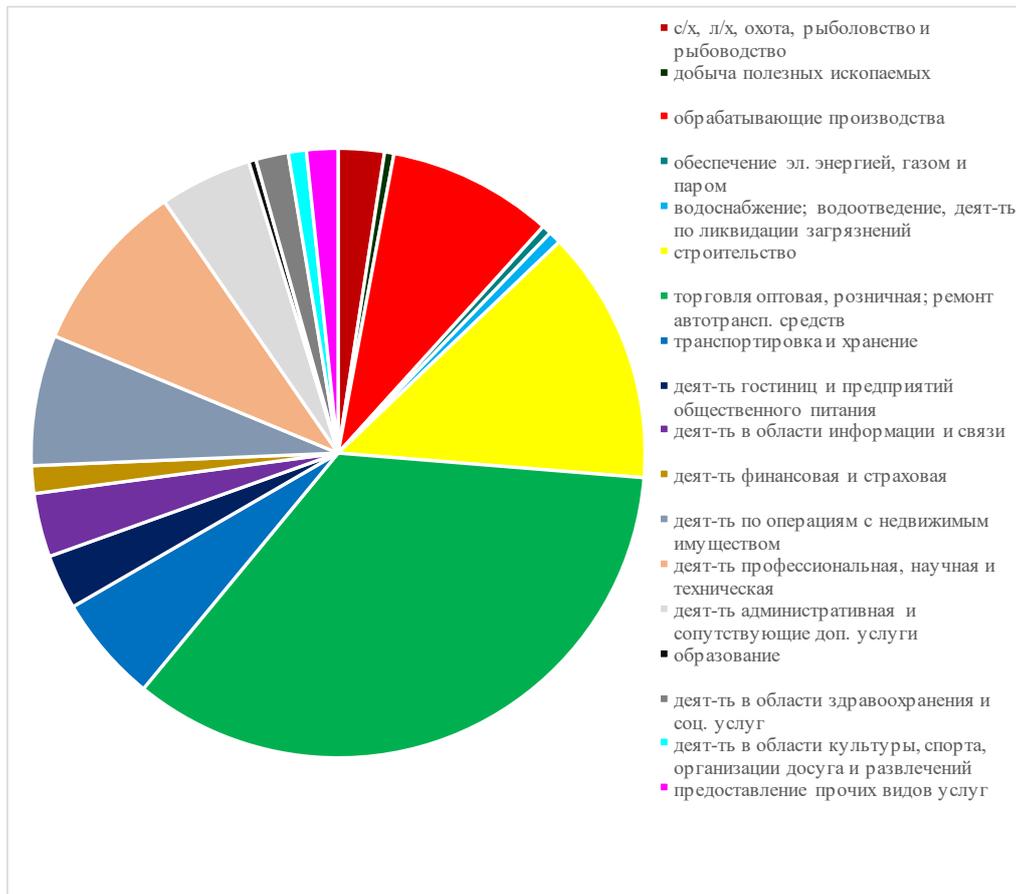


Рис. 1. Разделение действующих предприятий по видам экономической деятельности

На рисунке продемонстрировано, что в области торговли занято максимальное число предприятий.

В Федеральном законе от 28.12.2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» «торговая деятельность (далее также — торговля) — вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров» [4].

Маховикова Г. А. в своей книге «Экономическая теория» даёт несколько иное определение: «торговля — это деятельность людей по осуществлению товарного обмена и акта купли-продажи. Операции по купле-продаже товаров не создают продукт, а лишь удовлетворяют потреб-

ности общества в реализации товара. Данное обстоятельство дает основание причислить эту деятельность к услуге» [7, с. 80].

Главной общественной целью торговли считается предоставление покупателям обширного перечня общедоступных по цене товаров надлежащего свойства.

Согласно статье 38 Налогового кодекса Российской Федерации от 31.07.1998 года № 146-ФЗ «товар — это любое имущество, реализуемое либо предназначенное для реализации» [2, с. 14].

В Федеральном законе от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» «товар — объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу),

предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот» [3].

Торговая деятельность на практике делится на оптовую, мелкооптовую и розничную в зависимости от вида соглашения купли-продажи, разновидности расчетов за продукции, покупаемых (отправляемых) количеств товара. Зачастую оптовая организация совершает реализацию продуктов общественности в розницу и, наоборот, предприятие розничной торговли осуществляет продажу товаров оптом. В данной взаимосвязи в целях и бухгалтерского, и налогового учета существенно, чтобы торговое предприятие имело возможность при различных условиях отчетливо установить тип определенной процедуры, а также какая из данных разновидностей торговой деятельности считается для неё доминирующей (главной).

Оптовая торговля — торговая деятельность, направленная на осуществление продажи товаров изготовителями или торговыми посредниками с целью последующего применения в розничной торговле или высококлассного использования.

Мелкооптовая торговля — вариация оптовой торговли, сопряженная с реализацией товаров изготовителями с целью дальнейшей продажи в розничной торговле. Наименьшая партия товара никак не может быть менее, чем число единиц надлежащего продукта в одной упаковке изготовителя для розничной реализации.

Розничная торговля — торговая деятельность, направленная на осуществление продажи товаров напрямую покупателю для индивидуального, домашнего, бытового или другого применения, никак не сопряженного с предпринимательской деятельностью.

Регулирование торговой организацией немисливо при отсутствии результативной системы бухгалтерского

учёта, основанной на следовании правил учёта ТМЦ, установленных законодательными и нормативными актами, которые заключаются в единстве оценки товаров при выбытии и оприходовании; в подборе варианта оценки товарных резервов при реализации; в установлении режима отображения в бухгалтерском учёте процесса покупки товаров; в признании дохода от осуществления реализации ТМЦ для целей налогообложения и т. д.

Анализ собственности проводится предприятием с целью отражения в бухгалтерском учёте и отчетности в денежном выражении. В торговой деятельности с целью предоставления правдивости сведений бухгалтерского учёта и отчетности обязаны осуществлять инвентаризацию собственности и обязательств, в процессе которой присутствие, состояние и оценка проверяются и подтверждаются документально. Обнаруженные расхождения при инвентаризации между сведениями бухгалтерского учёта и фактическим наличием отражаются на счетах бухгалтерского учёта в следующем порядке: 1) избыток приходится, сумма зачисляется на финансовые результаты предприятия; 2) недостача и его повреждение в границах норм естественной убыли причисляются на затраты реализации, свыше норм — на расчёт виновных лиц. В случае если виновные лица не определены, то недостаток списывают на финансовые результаты предприятия.

Бухгалтерская (финансовая) отчетность предприятий, занимающихся торговой деятельностью, складывается из бухгалтерского баланса, отчёта о прибылях и убытках, приложений к ним, аудиторского заключения, и пояснительной записки.

Бухгалтерский учёт операций в розничной торговле ведется на счетах, представленных в таблице 1.

Таблица 1. Счета бухгалтерского учёта операций в розничной торговле

№ счёта	Наименование счёта	№ субсчёта	Назначение счёта
41	Товары	1	Отражаются товары на складах
		2	Отражаются товары в розничной торговле
		3	Отражается тара под товаром
		4	Отражаются покупные изделия
42	Торговая наценка	-	Отражается величина торговой наценки по оприходованным товарам. Его применяют предприятия розничной торговли, которые ведут учёт товаров по продажным ценам. Торговая наценка представляет собой добавленную стоимость к закупной стоимости товара
44	Расходы на продажу	-	Отражаются затраты, вызываемые куплей-продажей товаров и с продолжением процесса производства в области обращения (транспортировка, упаковка)
50	Касса	-	Отражается сумма денежных средств предприятия, вырученных за реализацию товаров
60	Расчеты с поставщиками и подрядчиками	-	Отражается оприходование товаров от поставщиков и потребителей
62	Расчеты с покупателями и заказчиками	-	Отражаются операции по реализации товаров

№ счёта	Наименование счёта	№ субсчёта	Назначение счёта
70	Расчеты с персоналом по оплате труда	-	Отражается начисление и выплата заработной платы работникам, сопряженных с закупкой и продажей товаров
90	Продажи	1	Отражается выручка от реализации товаров, а также затраты, связанные с ней. Каждый месяц сопоставлением совокупного дебетового оборота по субсчетам 90.2, 90.3 и кредитового оборота по субсчету 90.1 определяется финансовый результат (прибыль или убыток) от реализации за отчетный месяц
		2	
		3	
		4	
		9	
99	Прибыли и убытки	-	Отражается конечный результат деятельности предприятия (прибыль или убыток)

Предприятия, реализующие товары в розницу, обязаны подобрать и отразить в учетной политике метод учета товаров. В розничной торговле имеются два варианта учёта товаров:

1. Согласно фактической себестоимости. Она формируется из всех расходов по их приобретению.

2. Согласно продажным ценам. Учет проводится с применением счёта 42 «Торговая наценка».

В розничной торговле учет товаров проводится по розничным ценам. Это означает, что учетной стоимостью товара считается цена, согласно которой товар реализуется.

Если предприятие торговли находится на уплате ЕНВД или УСН, то в бухгалтерском учете необходимо совершить следующие проводки, представленные в таблице 2.

Таблица 2. Учёт реализации товаров предприятия, находящегося на уплате ЕНВД или УСН

Дебет	Кредит	Содержание операции
50	90.1	Отражена выручка от продажи товара
90.2	41.2	Списана себестоимость проданного товара

На предприятиях, ведущих учёт товаров по продажным ценам, выполняются проводки, представленные в таблице 3.

Таблица 3. Учёт реализации товаров на предприятиях по продажным ценам

Дебет	Кредит	Содержание операции
50	90.1	Отражена выручка от продажи товара
90.2	41	Списана учётная стоимость проданного товара
90.2	42	Сторнирована сумма торговой наценки, относящейся к проданным товарам

Если же предприятие находится на общей системе налогообложения, то ей необходимо выделить НДС с цены покупных товаров и представить его к вычету. А также начислить НДС с цены реализованного товара. Проводки по продаже товара на данном предприятии представлены в таблице 4.

Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 г. № 14-ФЗ (ред. от 18.03.2019 г., с изм. от 03.07.2019 г.). — 110 с.

Таблица 4. Учёт реализации товаров на предприятии с общей системой налогообложения

Дебет	Кредит	Содержание операции
50	90.1	Отражена выручка от продажи товара
90.2	41	Списана себестоимость проданного товара
90.3	68	Начислен НДС со стоимости проданного товара
На предприятиях, ведущих учёт товаров по продажным ценам		
50	90.1	Отражена выручка от продажи товара
90.2	41	Списана учётная стоимость проданного товара
90.2	42	Сторнирована сумма торговой наценки, относящейся к проданным товарам
90.3	68	Начислен НДС со стоимости проданного товара

К методам ведения бухгалтерского учёта, установленным при создании учетной политики предприятия и подлежащим выявлению в бухгалтерской отчётности, принадлежат методы оценки товаров, принятие дохода от реализации товаров. Изменение учетной политики способно производиться в случаях значимой перемены обстоятельств деятельности, это может быть сопряжено с реорганизацией, сменой владельцев, переменной разновидностей работы.

Товары считаются составляющей материально-производственных запасов (МПЗ), полученных или приобретенных от юридических или физических лиц и предназначенные для реализации.

Таким образом, товар — собственность, предназначенная для продажи. Синтетический учёт товаров осуществляется на активном счёте 41 «Товары». Аналитический учёт проводится по названию товара, материально ответственным лицам и местам хранения. В бухгалтерском учёте продажа товаров совершается с применением счёта 90 в корреспонденции с 41 счётом.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (ред. от 01.04.2020 г.). — 61 с.
3. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер. закон от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ (ред. от 01.04.2020 г.). — Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763.
4. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ (ред. от 25.12.2018 г.). — Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629.
5. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: федер. закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ (ред. от 26.07.2019 г.). — Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/-cons_doc_LAW_122855.
6. Коршунов В. В. Основы экономической теории: учебник / В. В. Коршунов. 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 219 с.
7. Маховикова Г. А. Экономическая теория: учебник и практикум / Г. А. Маховикова. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2015. — 573 с.

Формирование портфеля с ценными бумагами

Штоль Павел Юрьевич, студент

Пермский государственный национальный исследовательский университет

В данной статье рассматриваются основные особенности формирования портфеля с ценными бумагами. Проанализировать основные подходы к формированию оптимального портфеля с ценными бумагами.

Ключевые слова: фондовый рынок, ценные бумаги, инвестиции, риск, доходность, оптимальный портфель.

Каждый инвестор хотел бы найти для себя такую ценную бумагу, которая обладала бы одновременно высокой доходностью, высокой ликвидностью и высокой надежностью. К сожалению, на практике не удается найти бумагу, отвечающую всем трем критериям. Максимум инвестор может рассчитывать, что ценная бумага будет обладать двумя из заданных критериев. Портфель ценных бумаг, как раз призван для того, чтобы данные критерии были соединены вместе, в различных группах активов.

Портфель ценных бумаг — это определенным образом подобранная совокупность отдельных видов ценных бумаг. В зависимости от того, какие цели и задачи изначально стоят при формировании того или иного портфеля, выбирается определенное процентное соотношение между различными типами активов, составляющими портфель инвестора [3].

Может быть много целей, которые преследует инвестор при формировании портфеля с ценными бумагами. Основные — это:

1) Получение дохода от изменения цены акции

2) Сохранение капитала, который может измениться под действием инфляции

3) Обеспечение прироста капитала.

Распределяя свои вложения по различным направлениям, инвестор может достичь максимального уровня доходности при минимальном риске.

При формировании портфеля инвестору следует руководствоваться следующими соображениями, которые являются основой инвестиционной деятельности:

1) Прирост капитала

2) Стабильность получения дохода

3) Сохранность капитала

4) Налоговые аспекты

5) Рискованность вложений

6) Ликвидность вложений

Основное при ведении портфеля — определение пропорции между ценными бумагами с различными свойствами. Так, принципы консервативности, диверсификации и достаточной ликвидности — основы построения классического консервативного портфеля.

Таблица 1. Принципы формирования портфеля с ценными бумагами

Принцип	Суть
Консервативный	Вложение средств, где соотношение между высоконадежными и рискованными активами таково, что доход от надежных активов выше, чем возможные потери от рискованных
Диверсификации	Диверсификация уменьшает риск за счет того, что возможные невысокие доходы по одним ценным бумагам будут компенсироваться высокими доходами по другим бумагам.
Достаточности	Поддерживать долю быстрореализуемых активов в портфеле не ниже уровня, достаточного для проведения неожиданно подворачивающихся высокодоходных сделок и удовлетворения временных потребностей в денежных средствах.

Также при формировании портфеля выбирается стратегия его формирования, которая зависит как от ситуации, так и от личных предпочтений инвестора.

Выделяется две основные стратегии при формировании и управлении портфелем с ценными бумагами: активная и пассивная.

Активное управление подразумевает под собой быстрое приобретение ценных бумаг, которые соответствуют инвестиционным целям формирования портфеля, а также быстрое избавление от активов, которые не удовлетворяют требованиям, устанавливаемым инвестором к активам в своём портфеле. Чаще всего активное управление используется при небольшом стартовом капитале, так как с помощью постоянной покупки и продаже ценных бумаг, инвестор имеет возможность получать прибыль от них за достаточно короткий промежуток времени

Пассивное управление предполагает формирование портфеля, в котором не будет происходить какого-либо изменения в количестве активов. Такой портфель рассчитан на существование в неизменном состоянии длительное время. Данный тип управления подходит для инвесторов, которые поведут фундаментальный анализ рынка и фирмы, использующие для вложения большой объём денежных средств.

Стоит отметить, что редко можно встретить инвесторов, которые используют только один тип управления портфелем. Чаще всего, подстраиваясь под ситуацию на рынке, инвестор выбирает наиболее предпочтительный тип управления

Целью составления портфеля с ценными бумагами, как было сказано выше, является получение дохода, чтобы этого достичь необходимо наполнить портфель такими бумагами, которые бы принесли максимальный доход при минимальном риске. Но может ли инвестор на сто процентов определить, какая бумага соответствует данным критериям? Нет, инвестор может лишь только предполагать сколько та или иная бумага принесет ему доход, основываясь на прошлых данных, а также на собственном опыте. Однако чаще всего опытные инвесторам удается собрать портфель, который принесет им необходимый доход за период, который он сам установил. Для этого он использует индикаторы, которые оценивают предполагаемую доходность бумаги, а также риск, заложенный в ней.

Ожидаемая доходность рассчитывается по формуле [2]:

$$K = \sum_{i=1}^n P_i * K_i, \quad (1)$$

где K — ожидаемая доходность портфеля;

P_i — ожидаемая доходность i -ой ценной бумаги, за период времени;

K_i — доля i -ой ценной бумаги в портфеле.

С нахождение коэффициента данного выше инвестор может предполагать доходность как отдельной ценной бумаги, так и портфеля в целом.

Для расчета рисков чаще всего используют:

- 1) Коэффициент Шарпа;
- 2) Коэффициент бета;
- 3) Коэффициент Трейнора;
- 4) Коэффициента Альфа Дженсена.

Коэффициент Шарпа необходим, чтобы определять, какую доходность инвестор получит от портфеля за единицу риска, то есть коэффициент Шарпа должен быть выше единицы, чтобы риск потери вложенных денежных средств [2].

Так же как и коэффициент Шарпа, с помощью коэффициента бета рассчитывается риск, однако делается это путем отражения риска портфеля по сравнению с рынком, в роли которого выступает среднерыночный портфель. С помощью данного коэффициента можно оценить, насколько акция чувствительна к изменениям на рынке [3].

Если коэффициент бета:

- 1) Равен единице, то степень риска портфеля сопоставим с рынком
- 2) Меньше единицы, риск ниже, чем в среднем по рынку
- 3) Больше единицы, риск выше, чем с средним по рынку.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что коэффициент бета должен быть ниже единицы, что уменьшить риск портфеля.

Коэффициент Трейнора необходим, чтобы сравнить доходность и безрисковую ставку. Другими словами, необходимо понять, имеет ли смысл вкладывать денежные средства в портфель, сравнив его доходность с доходностью, которую инвестор может получить от банка за вклад под определенный процент, который зависит от страны, где торгует инвестор. Ведь, если доходность от вклада средств на депозит в банк будет сопоставима с доходностью портфеля, то не имеет смысл рисковать и формировать портфель с ценными бумагами [2].

Коэффициента Альфа Дженсена был предложен в 1968 году. Его еще называют коэффициентом альфа. Используется для оценки эффективности портфеля, путем сравнения его доходности с рыночной доходностью. Иными словами, коэффициент альфа показывает потенциал доходности ценной бумаги или портфеля по сравнению с рыночной доходностью [2].

В заключении, для формирования эффективного портфеля с ценными бумагами необходимо оценить доходность как отдельной ценной бумаги, так и портфеля в целом.

Литература:

1. Оценка эффективности модифицированного бета-коэффициента на Российском фондовом рынке // <https://cyberleninka.ru/>. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-primenimosti-modifitsirovannogo-beta-koeffitsienta-na-rossiyskom-fondovom-rynke/viewer>
2. Кашина, О. И. Оценка эффективности инвестиционного портфеля, сформированного по алгоритму Г. Марковица, модифицированного фундаментальными моделями доходности ценных бумаг / О. И. Кашина. 2015. — № 22 (102). — С. 400–402.
3. Ващенко М. Охота на одиночек и молчунов // Эксперт. — 2010. — № 38 (532). — с.130–134.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Управление личным брендом в социальных сетях: этапы формирования и монетизация блога

Магомедова Карина Альбертовна, студент магистратуры
Тюменский индустриальный университет

В статье автор сформировал этапы построения личного бренда и рассмотрел способы его монетизации.

Ключевые слова: личный бренд, персональный бренд, продвижение, блог, социальные сети.

Специалисты в постоянном поиске инструментов, которые мотивируют аудиторию потреблять товар и услуги. На сегодняшний день таким инструментом стал брендинг, поскольку основная цель бренда — это воспитание доверия у аудитории, которое способствует покупке товара или услуги. Сильный личный бренд помогает потребителю дополнительно приобретать положительные эмоции и впечатления, которые приходят с покупкой товара под именем бренда. Андрей Рябых выделял категории личностей, которым нужен персональный бренд: наемный работник, предприниматель, чиновник и эксперт [3].

Где искать целевую аудиторию? В поиске канала для взаимодействия с аудиторией именно социальные сети открывают широкий спектр возможностей.

Выстраивание бренда требует систематической работы над блогом, мониторинг рынка, временных и финансовых вложений. Выстроим этапы по построению персонального бренда и рассмотрим способы его монетизации.

1. Проводим аудит текущего положения.

Во-первых, необходимо проанализировать исходные данные личности, для которой формируется бренд, а именно, внешние, профессиональные, коммуникативные показатели и характеристику личностных особенностей. После объективно оцениваем текущее состояние.

Во-вторых, проводим анализ конкурентной среды. На регулярной основе совершаем мониторинг ресурсов конкурентов и оцениваем их публичную деятельность с положительной и отрицательной стороны.

Таким образом, после аудита делаем выводы о сильных и слабых текущих показателях личного бренда, чтобы приступить к планированию точек роста и дальнейшую оптимизацию слабых сторон.

2. Формулируем цели создания личного бренда и публичную миссию.

На этом этапе отвечаем на вопросы: Какой мы видим бренд? Зачем личный бренд нам нужен? В зависимости от цели будут формироваться характеристики личного бренда и инструменты по его продвижению.

3. Планируем личное и профессиональное развитие.

На первом этапе были выявлены слабые стороны личного бренда, чтобы запланировать программу обучения по расширению компетенций. По мнению Игоря Манна, устойчивому личному бренду необходимы профессиональные результаты и творческое своеобразие, чтобы получить признание аудитории [2]. Профессиональными достижениями принято считать: проектную работу (мероприятия, конференции и пр.), карьерные достижения, награды, дипломы и свидетельства признания заслуг.

Следует развивать любые компетенции, которые могут понадобиться для усиления значимости персонального бренда. Игорь Манн отмечал важность личного развития и выделял личные качества и навыки, которые следует развивать для роста значимости бренда [2].

Личные качества и навыки, которые являются основополагающими для усиления влияния персонального бренда:

- 1) умение вести переговоры;
- 2) умение выступать публично;
- 3) грамотность в письме и речи;
- 4) креативность;
- 5) тайм-менеджмент;
- 6) умение делегировать;
- 7) умение мотивировать других и себя;
- 8) умение принимать новое и изменения;
- 9) умение продать идеи;
- 10) открытость к партнерским программам;
- 11) чувство юмора и оптимизм.

Если рассматривать коммуникативные компетенции, то умение выступать публично и грамотность письма и речи являются основами удержания внимания аудитории в социальных сетях.

Получение новых профессиональных и личностных достижений входит в основу систематической работы личного бренда, чтобы наполнять контент в социальных сетях интересными инфоповодами и поддерживать конкурентоспособность.

Таким образом, через личное и профессиональное развитие мы получаем статус эксперта и формируем у аудитории образ бренда, которому можно доверять.

4. Выстраиваем концепцию бренда личности.

На данном этапе мы осознанно формируем те представления о личности бренда, которые будем транслировать в социальных сетях.

В первую очередь в зависимости от миссии и целей бренда формируем ответы на вопросы, что для бренда важно, зачем деятельность бренда нужна.

Опираясь на миссию и цели, создаем уникальное предложение, которое будет отвечать на вопросы, почему вы лучше конкурентов, что вас отличает от других представителей, какие потребности аудитории вы планируете удовлетворить и какими методами [1].

Составляем публичный образ, в который входят факты из личного опыта, характеристики образа бренда. Приведем примеры фактов: «получил миллион в 19 лет», «получил образование в лучшем вузе Москвы». Для определения характеристик образа выявляем, какими внешними личностными и профессиональными ресурсами обладаем, какие чувства должны остаться у аудитории после ознакомления с публичными материалами бренда. Исходя из ответов формируем общий образ бренда, ценности и убеждения, которые интегрируем в визуальные и текстовые материалы для социальных сетей [1].

Помимо внутренних характеристик бренда, важной частью образа является визуальная составляющая личности.

Как вас видит аудитория? Как личность должна выглядеть, жестиковать? Каким способом совершать коммуникации с аудиторией, чтобы соответствовать миссии и цели своего бренда?

Создаем образ, опираясь на полученные ответы.

Рассмотрим несколько основных характеристик, которые следует оптимизировать для повышения влияния персонального бренда:

1) Внешние данные, которые включают в себя: физические характеристики (состояние здоровья и физические показатели тела), одежду и аксессуары.

2) Коммуникативные особенности: вербальное и невербальное общение, умение проводить публичные выступления.

Обратим внимание, что первичную оценку в социальных сетях аудитория делает не по профессиональным показателям или по компетентному экспертному опыту, а по внешним характеристикам личности. Поэтому важно держать показатели по состоянию здоровья в норме, укреплять физическое состояние тела и подбирать одежду и аксессуары, исходя из характеристик образа бренда и профессии. Постановка речи, жесты и мимика лица так же играют основополагающую роль в выстраивании первого впечатления у аудитории.

5. Выбираем канал взаимодействия с целевой аудиторией.

На данном этапе определяем социальную сеть, которая будет каналом продвижения личного бренда. Анализируем,

какие потребности по каналам взаимодействия существуют у персонального бренда и какие социальные сети предпочитает потенциальная целевая аудитория.

Возможные социальные сети: «ВКонтакте», Facebook, Twitter, Instagram.

6. Разрабатываем контент-политику и готовим материалы к публикациям.

Формируем стратегию активности в социальных сетях. Работаем в нескольких направлениях: над визуальной составляющей социальных сетей и над смысловой составляющей публичного контента и текстов. Если знаний и умений выстроить контент недостаточно для его эффективной работы, то личные бренды пользуются услугами сторонних специалистов: копирайтеров, маркетологов, дизайнеров, ретушеров, фотографов, видеографов, стилистов, менеджеров социальных сетей и таргетологов.

Чтобы самостоятельно планировать и публиковать материал, недостающие знания и навыки можно компенсировать через консультации со специалистами или через дополнительное обучение на курсах, чтение методического и учебного материала.

Работа со сторонними специалистами минимизирует временные затраты на создание персонального бренда, а самостоятельная работа над материалами поможет снизить денежные затраты на бренд. Выбираем метод работы исходя из текущих умений личности и текущих ресурсов.

Публичные материалы в социальных сетях должны соответствовать главному критерию — повышение уровня вовлеченности пользователя в контент. Важно создать эмоциональный контакт пользователя и бренда и как результат получить доверие аудитории.

7. Продвигаем личный бренд, планируем смету расходов на маркетинг.

Финансирование на построение личного бренда формируем исходя из целей и выбранных инструментов по вовлечению аудитории. Перечислим некоторые инструменты продвижения, на которые может быть направлен бюджет:

- 1) Реклама через рекламный кабинет социальной сети.
- 2) Рекламный материал о бренде в аккаунте лидера мнений со схожей целевой аудиторией.
- 3) Вовлекающая игровая механика (розыгрыш), с помощью которой можно выиграть товар, услугу или денежный приз.
- 4) Неоплачиваемое предоставление товара или услуги от бренда партнерам и лидерам мнений с целью получения от них отзывов.
- 5) Контекстная реклама в браузерах.

Рассмотрим некоторые инструменты продвижения, которые не требуют бюджета:

- 1) Нефинансируемые публикации от партнеров, коллег или СМИ в социальных сетях с упоминанием бренда.
- 2) Специальные теги и геолокации в публикациях бренда.
- 3) Отметки аудитории с отзывами о профессиональных и личностных особенностях бренда.

4) Партнерская программа с лидером мнений для взаимовыгодного продвижения. Этот пункт может включать в себя обмен публикациями или создание совместного публичного материала и игровой механики (розыгрыш).

8. Мониторинг и корректирование результатов по продвижению личного бренда.

Для эффективного достижения целей работы постоянно необходим контроль рекламных кампаний, вовлеченности аудитории и качества публикуемого контента. Проводится мониторинг соответствия образа персонального бренда своей изначальной концепции, и при необходимости вводятся корректирования в контент-план и инструменты продвижения.

9. Выбираем способ монетизации персонального бренда online.

Личный бренд с высоким уровнем влияния помогает приносить прибыль как с помощью продаж товаров или услуг на самой площадке социальной сети, так и от продаж на сторонних платформах (сайт, мессенджеры и пр.).

Рассмотрим распространенные способы монетизации блогов:

1) Продажа рекламы в социальной сети личного бренда. С одного рекламного размещения бренды зарабатывают

от 500 рублей до миллионов. Уровень заработка зависит от количества подписчиков и показателей статистики социальной сети.

2) Продажа личных консультаций по профессиональной сфере деятельности или по продвижению персонального бренда в социальных сетях, опираясь на свой личный опыт.

3) Продажа информационного продукта: пособия по определенной тематике, online-курса, списков по совершенствованию или контролю динамики определенной деятельности.

4) Продажа места в закрытом чате по интересам в мессенджере (What's Up, Telegram и пр.)

5) Открытие бизнеса или развитие существующего.

Новые проекты дополнительно потребуют временных и денежных ресурсов и составления отдельной программы по их продвижению.

Таким образом, для создания влиятельного личного бренда необходима систематическая поэтапная работа над его публичным образом, над личным и профессиональным развитием и над способами продвижения. Влиятельный бренд личности имеет высокий уровень востребованности у потребителей среди конкурентов, следовательно, растут продажи его товаров или услуг.

Литература:

1. Кононова Е. Личный бренд с нуля. Как заполучить признание, популярность, славу, когда ты ничего не знаешь о персональном PR. — М.: Издательство АСТ, 2017. — 255 с.
2. Манн И. Номер 1. Как стать лучшим в том, что ты делаешь. — 8-е изд. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 224 с.
3. Рябых А.В., Зебра Н. Персональный бренд: создание и продвижение. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. — 304 с.

Marketing problems of innovative entrepreneurship in Russia and the ways to overcome them

Musakhanyan Ekaterina Romanovna, master student

Plekhanov Russian University of Economics

The article is devoted to the problem of using marketing tools in the activity of innovative business in Russia. The author analyzes the innovative activity of enterprises in Russia. Ways are proposed to increase marketing activity of innovative enterprises and justify the reasons for their effectiveness.

Key words: marketing, brand, startup, innovation

Economic growth is one of the prioritized goals of any country of the world. This goal can be reached by the production of larger and better quality of goods and services. As a result, these factors will lead to a higher standard of living of the inhabitants. Economic growth is the result of the successful work of enterprises in all sectors of the national economy and depends mostly on the innovative activities of enterprises.

Innovation activity is a process aimed at implementing the results of conducted research or any scientific and technological achievements in a new or improved product, which is sold on the market, in a new or improved technological process, used

in practical activities, as well as related additional research and development [1, p.3].

Modern Russian economy is experiencing difficulties with the development of innovation. Russia takes only 46th place out of 129 countries in terms of innovation development, according to the analytical salary presented at a press conference in New Delhi. There is a steady improvement in the situation on the sub-index of innovation resources (+11 lines), but the country's position is noticeably reduced in terms of the impact of the results of scientific, technical and innovative activities on the economy and society (— 10) [2]. The low efficiency

of innovation and related institutions determines Russia's lag behind the leading countries.

There is no doubt that in Russia there is a change in the priorities of the government, private business and society in favor for the development of innovative activities, increasing the role of science. Firstly, the presence in the domestic market of imported products significantly changed the standards of both consumer and investment demand, brought them closer to the level of developed countries.

Secondly, the involvement of Russia in the processes of globalization, does not leave domestic companies hopes for existing outside of international competition. It makes the business intensify the search for innovative solutions to provide specific competitive advantages within global competition. Thirdly, the strengthening of a new business elite that does not have access to raw materials, mixed forecasts of the development of raw materials sectors Russian economy in the general context of the global economy stimulate increased interest and the influx of financial and managerial resources in high-tech industries.

Transition of the Russian economy to innovative development outlined the role of marketing as a tool of market competition that allows entrepreneurs in conditions of instability transform innovation priorities, respond fast to changes in the environment and desire of consumers. Activities of successful small and medium enterprises innovation has already proven effective use of marketing tools in solving problems, aimed at increasing competitiveness and shaping attractive image of the enterprise and its products, investment and innovation appeal, creating added value of innovative products for target markets.

Features of the development of marketing in Russia include:

1. The lack of institutional capacity in the country for modern marketing. This happens due to the insufficient development of the legal regime in relation to economic relations, especially in matters of competition and monopoly with informal norms and norms of behavior of Russian entrepreneurs and corruption in government bodies.

2. Underdeveloped market mentality. Many world markets are not market categories but production ones.

3. The use of marketing in Russia, as a rule, is a separate element of marketing.

The directions of innovative activity should be determined, first of all, not by the opportunities and tasks of improving production, but by the results of studying consumers' preferences regarding the characteristics of new products. During the production of new products, more attention should be paid to market testing and not to laboratory testing of these products.

From the above data it follows that the main success factor is the conformity of the product to market requirements. This is the core competency of innovative marketing.

Innovative marketing is a concept of classic marketing. It suggests that enterprises should constantly improve their products, methods and forms of promotion of goods. Innovative marketing involves two areas: firstly, the marketing of a new product itself, and secondly, the improvement of existing products [3, p.4]. This marketing concept is effective especially

in the initial stages of product sales, because the company turns into a monopolist of this product thanks to innovations based on market research.

Among the reasons that prevent development of marketing activities of innovative enterprises are:

- Misunderstanding of the importance of applying marketing principles for the successful development of the company by its leadership. Leaders of these enterprises usually rely on their experience and knowledge, which is unjustified in modern conditions of competition.

- Lack of funds for conducting a marketing research. Government funds, which are provided for the development of an innovative project, are not accounted for bringing an innovative product to the market.

- Lack of funds for marketing in-house research.

- Lack of specialists in the staff of enterprises, who are competent in marketing.

There should be added that today there is enough number of quite economy marketing technologies and instruments for small enterprises with limited marketing staff and budget. Thus, a shortage of funds cannot be a marketing constraint, whereas ignorance or misunderstanding by the leaders of all marketing opportunities can damage a successful market development.

Consequently, as the main ways to overcome problems are related to an inadequate use of marketing technologies in small and medium innovative entrepreneurship, the following points can be suggested:

1. Development of low-cost marketing mix technology. Marketing spending should be adequate to current market situation and not necessary for the daily functioning of the firm.

2. To implement the marketing functions of the enterprise qualified professionals are needed. It's enough to have on the staff a marketer and one specialist in analytics.

3. Complex marketing research of the enterprise should include systematic work with consumers.

The need to use marketing instruments will be considered on the case of a Russian startup called “AQ. Lifecare” and advertising agency “Free. Creative”, it will be also explained why a systematic approach for brand building is important for startups and what can happen when you think that “a logo is just a picture”. “AQ. Lifecare” is a new service for Russia: the company provides services of injection with vitamin cocktails [4]. Before starting the visual component and launching the brand on the market, a lot of research and analytical work needs to be done.

1st step is a marketing research of potential audience. The company starts to understand the needs of its potential buyers. Thanks to the study, “AQ. Lifecare” learnt that from the first acquaintance to the purchase, 13 contacts of a potential buyer with the brand should happen.

The 2nd step is developing the core values and characteristics of the brand. Even when the identity is ready and agreed upon, work on the brand does not end. Next important stage begins: the introduction of the developed guides and principles into the work. On this stage the start-up understands that some of the hypotheses are confirmed, and some are not.

Innovation is both the strength of the product or service and its vulnerability. Whether it will become a success largely depends on startup communications, their accuracy and relevance of the target audience. Before revealing the innovation to the audience it is necessary to gain trust and this is a rather lengthy process that is difficult to accelerate even due to high-budget advertising campaigns. Therefore, this case is not only a good example of the right approach of building a brand, but also an illustration of how branding helps a startup to find the right path to customers.

There is a prejudice that large-scale analytical work is needed for brands that are launched on a highly competitive market, whereas for a startup, it is essential to quickly conquer the market. That is what the founders and investors of AQ.Lifecare thought in the beginning. At first, they wanted to open several clinics and then quickly expand to a large network. It is more convenient to promote this belief because marketing does not work on one point, but immediately on everything, which makes lower the cost of attracting a consumer. It is assumed that this way the market can be quickly conquered and the investment recouped. The study, which was conducted by the

agency while working on the strategy and brand platform, showed that the product is complex even for the population of large cities. Potential consumers need to go a long way in 13 touches in order to evaluate its advantages, try it out and fall in love.

According to agency's rough estimates, tactics of a quick capturing the market would require investments of tens of millions of rubles. Judging by the conclusions from the study, this strategy would not work, as the target audience firstly must be prepared. Only with the help of a thoughtful communication of the start-up, success on the market can be reached. Creating a brand for a start-up is not only about making a beautiful packaging for it, but also developing a more reliable, market-based, fact-based and factual strategy.

Summarizing all of the above, it is obvious that it is necessary to develop marketing thinking of enterprise innovative managers, to take on specialists in marketing and to cooperate with advertising agencies. This will be possible if managers understand that investments in marketing should not be considered as costs but as investments in the future success of innovative product.

References:

1. Shopenko, O. Y. Innovative marketing / O. Y. Shopenko. — SPb: SPbGTURP, 2015. — 79 p.
2. Vlasova, V. V. Global Innovation / V. V. Vlasova. — Moscow: Science. Technologies. Innovations HSE, 2019–2 p.
3. Dolgova, I. V. Marketing problems of innovative small and medium enterprises / I. V. Dolgova. — Moscow: Economics, entrepreneurship and law. — 2015. — No. 1. — p. 39–50.
4. How to bring future brands to the market: a case study of an innovative vitamin cocktail clinic. — URL: <https://www.sostav.ru/publication/kak-vyvodit-na-rynok-brendy-budushchego-kejs-innovatsionnoj-kliniki-vitaminnykh-koktejlej-41591.html> (accessed March 23, 2020)

Как спасти репутацию: антикризисный PR на примере озера Иссык-Куль (Киргизия)

Омуралиева Айсулуу Болотбековна, студент

Российский университет дружбы народов (г. Москва)

В современном мире туризм превратился в глубокое социально-экономическое и политическое явление, которое значительно влияет на устройство и политику государства и регионов. Для 38% всех стран мира туризм является главным источником дохода, а для 83% стран туризм входит в пятерку основных источников дохода [8]. В 2019 году правительство Кыргызстана приняло программу развития сферы туризма на 2019–2023 годы [5]. Авторы программы признают высокий туристический потенциал страны. Однако они отмечают, что главные проблемы остаются те же, что и много лет назад: недостаточная развитость инфраструктуры туристических и рекреационных зон и низкое качество автомобильных дорог, ведущих к туристическим объектам, нехватка четырех- и пятизвездочных гостиниц,

низкий уровень подготовки кадров для туристической отрасли, объектов придорожного сервиса, специализированных средств размещения для любителей приключенческого туризма, мало прямых авиасообщений, связывающих Киргизию с другими странами, уровень аэропортов не соответствует международным стандартам [5]. Однако несмотря на сложности объем перевозок туристов воздушным транспортом увеличился с 460 тыс. человек в 2010 году до 1,8 млн человек — в 2017 году. В стране насчитывается 192 учреждения отдыха, среди которых 99 пансионатов, 25 санаториев и санаториев-профилакториев, 24 детские оздоровительные базы [3].

В 2019 году доля туристической деятельности в ВВП Кыргызстана доведена до 5,2% (в 2018 году — 5%, в 2017 году —

5%, в 2016 году — 4,6%, в 2015 году — 4,7%). Валовая добавленная стоимость в сфере туризма в республике в 2019 году составила 30 389,5 сомов (\$ 435 тыс.). В планах страны довести долю туризма в структуре ВВП до 15% [3].

В 2019 году на Иссык-Куле отдохнули 900 тыс. иностранных туристов (всего в 2019 году количество отдохнувших зафиксировано 1,78 млн человек) [4]. В 2018 году совокупное число отдохнувших достигло 1,38 млн человек. В 2017 году — 1,37 млн человек [3]. До 2018 года самое большое количество иностранных туристов приезжало из Казахстана, а в 2018 году — из Узбекистана. Среди стран дальнего зарубежья на первом месте находится Германия (22,5 тыс. человек посетили Киргизию в 2018 году, в 2017 году — 10,3 тыс. человек), США (16 тыс. и 14 тыс. человек соответственно), Корея (14, 5 тыс. и 13,7 тыс. человек соответственно), Саудовская Аравия (10 тыс. и 5 тыс. человек соответственно) [2].

В соответствии с разработанной программой правительства Кыргызской Республики по развитию сферы туризма на 2019–2023 год министерство туризма внедряет изменения, которые способствуют развитию туризма в стране и увеличению притока туристов. С 1 июля 2019 года запущен прямой рейс из казахстанского города Алматы в международный аэропорт «Иссык-Куль», который находится в 35 километрах от курортного города Чолпон-Ата. Полет занимает 40 минут. Запущены чартерные авиарейсы «Ташкент-Иссык-Куль», а также еженедельно в летний период из Ташкента на Иссык-Куль ходят поезда. Из многих городов Казахстана и Узбекистана на Иссык-Куль ходят междугородные автобусы (дорога занимает 10–15 часов). Вторым основным направлением для повышения привлекательности курорта является улучшение качества услуг, над которым предстоит работать продолжительное время.

Туристов из Европы и дальнего зарубежья привлекает горный, приключенческий, исторический туризм. Департамент по туризму объясняет рост количества иностранных туристов «тем, что на мировом рынке страна становится все более известна как интересное место для путешествий, и многие авторитетные журналы стали писать, что Кыргызстан — must visit country (от англ. — страна, которую надо обязательно посетить). В их числе Lonely Planet, The Guardian, Forbes [12; 14; 15]. К тому же страну стали все чаще представлять на международных выставках-ярмарках. Например, в марте 2019 года около 100 представителей киргизского турбизнеса провели выставку в Ташкенте и подписали примерно 300 контрактов» [2].

Высокогорное озеро Иссык-Куль называют «киргизским морем». В течение курортного сезона в пансионаты и санатории Иссык-Куля приезжает около миллиона туристов из разных стран. Озеро Иссык-Куль является основным местом летнего отдыха для большинства кыргызстанцев. В 2019 году около 70% отдыхающих на Иссык-Куль приехали из соседнего Казахстана. 17% отдыхающих были из Российской Федерации, 5–6% — из Узбекистана и Украины [4]. В 2016 году Россия выделила Киргизии

2 млн долларов донорских средств в рамках программы ООН для развития взаимодействия агропромышленного производства и туризма в курортной зоне озера Иссык-Куль. Первостепенная цель использования выделенных средств — налаживание прямых поставок продукции фермеров для гостиниц и пансионатов, расположенных в курортной зоне.

Летний туризм на озере Иссык-Куль относится к категории курортно-рекреационного и всемирно известен как туризм «солнце, песок и море». Является одним из самых популярных туристических продуктов в Кыргызстане. Он привлекает тысячи туристов из ближнего дальнего зарубежья и составлял около 90% общего объема поступлений в туристический сектор в Кыргызстане в 2017 году [1]. Это краткосрочный туристический продукт с максимальной активностью в июле и августе. Среднее пребывание одного туриста на курорте или пансионате Иссык-Куль приравнивается к семидневному пребыванию, которое включает жилье, питание, некоторые развлечения. Казахские туристы приезжают на Иссык-Куль на автомобильном транспорте, туристы из других стран прибывают в г. Бишкек на самолете, пользуются автомобилями. Основным туристическим продуктом — полный пансион в трехзвездочной санатории на Иссык-Куле стоит в среднем 100 долларов за ночь в стандартном номере [11]. Сумма включает трехразовое питание и доступ к пляжу. Спа-услуги, минеральные ванны, другие виды лечения в эту цену обычно не включены, за исключением условий в специализированных санаториях «Аврора», «Кыргызское взморье», «Голубой Иссык-Куль» [1].

Качество размещения и услуг на многих курортах Иссык-Куля оставляет желать лучшего. Отдыхающие сталкиваются с многочисленными неудобствами, такими как отсутствие или плохое подключение к Wi-Fi, отсутствие бассейна, безвкусная еда, мебель плохого качества, плохие туалеты, частые отключения электричества и перебои с горячей водой, а также неотзывчивый персонал [1]. Многие туристы жалуются на скудный выбор дополнительных туристических мероприятий, услуг, экскурсий, присмотра за детьми, детских развлечений, вечерних активностей. Второй и наиболее важной проблемой является загрязнение окружающей среды поскольку на пляжах мусор убирают нерегулярно, в то время как отходы канализации и домашнего скота иногда сбрасываются около туристических объектов. Кроме того, с развитием туризма и расширением инфраструктуры возрастает проблема неблагоприятной экологической обстановки на озере Иссык-Куль: на берегу озера вырубаются деревья, озеро переплетено сетями браконьеров, пансионаты строятся бесконтрольно на побережье, проводятся испытания торпед в иссык-кульской воде, отсутствует контроль деятельности аттракционов в зонах отдыха, а на поверхности воды озера видна радужная пленка от бензина и отходов. Количество услуг на озере растет, мусорные полигоны увеличиваются, пансионаты не устанавливают очистительные фильтры в целях экономии и сливают нечистоты прямо в озеро.

Перечисленные ограничения и проблемы делают соотношение цена-качество озера Иссык-Куль высоким по сравнению с конкурирующими компаниями в Турции и Испании (средняя стоимость услуги в четырех- или пятизвездочном курорте в Анталии (Турция) составляет 130–150 долларов за ночь, в которую входят обычно завтрак и ужин, а также предоставляются перечисленные удобства, которые отсутствуют на курорте Кыргызстана). Подобное сочетание цены-качества делает иссык-кульские курорты неконкурентоспособными по сравнению с турецкими. Эта проблема — наиболее яркий фактор, который снижает спрос на пляжный туризм на озере Иссык-Куль. Не компенсирует этот фактор ни красота озера, ни уникальность природного ландшафта.

Несмотря на уникальные природные и туристические возможности озера Иссык-Куль, потенциал данного региона раскрыт не до конца. Растущее число иностранных туристов обнадеживает, но для формирования стабильного роста туристического направления оз. Иссык-Куль требуется регулярное вмешательство СМИ, правительства, министерства здравоохранения, общественности, экологов. Перечисленные проблемы, свойственные данному региону, формировались долгие годы. Устранение проблем — это комплексная задача для администрации региона по устранению проблем и развитию курортной зоны, и для СМИ, медиа, лидеров мнений — которые могут оказать поддержку в улучшении репутации курортной зоны и повышения ее привлекательности для туристов.

В рамках «Руководства к действию в кризисных ситуациях для индустрии туризма» (от всемирной торговой организации United Nations World Tourism Organization, UNWTO) кризис трактуется как «любое неожиданное событие, подрывающее доверие путешественника к цели его поездки и которое мешает нормальному продолжению деятельности» [6]. Ситуация, сложившаяся на озере Иссык-Куль по мнению авторитетных источников и СМИ, является критической: несмотря на рост количества приезжающих на отдых туристов, негативные отзывы о проведенном отдыхе сохраняются. В эпоху информационной экономики сохранение хорошей репутации является конкурентным преимуществом региона. Качество предоставляемых услуг, коммуникация с целевой аудиторией, социальная активность, экологическая ответственность, — все это формирует облик региона и определяет его место на туристическом рынке. Интернет предоставляет обширные возможности по обмену информацией — как положительной, так и негативной. В случае с регионом озера Иссык-Куль количество негативных отзывов относительно качества обслуживания продолжает сохраняться» «номера полностью грязные, отсутствует горячая вода» (июль 2019), «курортный сервис на средневековом уровне» (июль 2015), «обокрали в пансионате» (август 2013), «пансионат хороший, но администрация» (сентябрь 2017), «был с разрывом в 10 лет, немного улучшился сервис» (август 2015) [13]. В СМИ освещается тема экологических нарушений: экологи

ставят вопрос об угрозах экосистеме озера Иссык-Куль [9] и отсутствии перспектив сохранения, если не изменить потребительское отношение жителей и властей к водоему и региону в целом. Негативные отзывы и непривлекательная экологическая обстановка ставят под вопрос развитие туризма на озере Иссык-Куль и вызывают неоднозначные мнения целевой аудитории при выборе места отдыха, а часто также подрывают доверие туристов во время поездки.

Согласно критериям, предложенным автором работы «Crisis in the Tourism Industry and their Effects on Young Travellers» Лорой Бэгенс кризисы делятся по причинам их возникновения: вызванные природными условиями и кризисы, возникшие по вине человека [10]. Кризисы, возникшие по вине человека, наносят больший ущерб репутации и в высшей степени подрывают доверие потенциальных клиентов к компании. Причины возникновения кризиса на озере Иссык-Куль следует атрибутировать как кризис, возникший по вине человека: нарушение эконорм, потребительское отношение к природе и региону, несоблюдение норм очистки и строительства, отсутствие регулирования ситуации с мусором и др.

К кризисам в туристической сфере могут привести политические, социально-культурные, экологические, техногенные, коммерческие изменения. Самыми крупномасштабными кризисными ситуациями в туристической отрасли могут обернуться террористические акции, природные катаклизмы, эпидемии. Согласно типологии кризисов в туристической отрасли кризис на озере Иссык-Куль следует отнести к социально-культурному и экологическому. Под социокультурным потенциалом сферы туризма понимается наличие развлекательных, рекреационных познавательных, оздоровительных, лечебных, профессионально-деловых и других возможностей для удовлетворения различных социокультурных потребностей людей в сфере досуга. Социокультурные факторы сформировали интерес к различным видам туризма на озере Иссык-Куль и одновременно при некачественном менеджменте и регулировании привели к формированию экологического кризиса на озере Иссык-Куль: нерегулируемое использование пластика, повсеместный мусор в зонах активного туризма, сброс отходов в озеро и др.

В «Руководстве к действию в кризисных ситуациях для индустрии туризма» всемирной торговой организации ключевым инструментом управления кризисной ситуации названа коммуникация «основанная на принципах честности и прозрачности» [6]. Кризис — это событие, из-за которого регион рискует попасть в центр недоброжелательного внимания СМИ и других целевых аудиторий. Кризисная ситуация — это своего рода медиаповод для негативной интерпретации и как следствие активизация действий конкурентов (в случае с озером Иссык-Куль — это туристические регионы — конкуренты озера).

Кризисная коммуникация в отрасли туризма делится на три этапа: до кризиса, в момент возникновения действительных проблем, статус после кризиса. Целью на всех

трех этапах является возвращение туристов в туристическую зону как можно быстрее. Со стороны департамента PR и коммуникации этап «до кризиса» включает мониторинг туристов и их безопасности и ведение честного и этичного диалога с туристами. Этап «во время кризиса» содержит прежде всего рекомендации относительно оперативного информирования о текущем положении дел без замалчивания и манипуляций. Первые 24 часа кризиса — это решающий период, который впоследствии решит исход всей коммуникации. Одним из ключевых факторов успешного управления кризисов и осуществления кризисных коммуникаций является быстрое реагирование. На втором этапе кризисного реагирования важно привлекать к коммуникации СМИ. В этот момент важно тесное взаимодействие с представителями медиа, так как это есть возможность представить общественности ситуацию во своей точки зрения. Этап «сразу после кризиса» — это этап возвращение доверия туристов. Данный этап безотрывно связан с первым и вторым этапами и предполагает регулярный мониторинг туристов и обстановки и информировании о ситуации в зоне туризма с акцентов на реабилитацию региона после кризиса и готовность принимать туристов в штатном режиме. Кроме информирования предлагается на третьем этапе задействовать маркетинговые технологии — создавать уникальные торговые предложения, ориентированные на конкретные узкие целевые аудитории.

С учетом перечисленных трех основных этапов кризисной коммуникации следует выделить пять основных инструментов антикризисного PR:

1. Реакция на публикации СМИ и медиа должна быть сиюминутной. В течение первых шести часов после появления негативной публикации следует сделать встречное заявление. Если этого не происходит, репутация организации (региона, компании, институции) стремительно падает вниз и может быть уничтожена.

2. Следует изложить собственную версию событий первыми, чтобы не оправдываться и не реагировать на реакции конкурентов.

3. Следует стать главным источником новостей и регулировать исходящий из организации (региона, институции) поток информации. Даже в случае, если нет изменений и новости продолжают оставаться негативными, рассказ о событиях должен быть непрерывным. Этот метод повышает доверие.

Литература:

1. Жениш Н. Туристическая отрасль в Кыргызстане: тенденции и вызовы / Н. Жениш. // Доклад. — 2017. — № 42. — Режим доступа: https://www.ucentralasia.org/Content/Downloads/UCA-IPPA-WP42_RUS.pdf
2. Иващенко Е. Ближним — Иссык-Куль, дальним — палатки и приключения. Киргизия попала на мировую карту туризма / Е. Иващенко // Fergana.News. — 2019. — Режим доступа: <https://fergana.news/articles/108129/>
3. Национальный статистический комитет Кыргызской республики // STAT. — Режим доступа: <http://www.stat.kg/ru/opendata/category/2314/>

4. Оставаться постоянно на связи и не отключаться от коммуникации с целевой аудиторией, журналистами, конкурентами и др. Следует отвечать на вопросы оперативно, реагировать на отзывы и комментарии в социальных сетях моментально, а не спустя несколько часов.

5. Назначить ответственного за кризисную коммуникацию человека, который будет хорошо информирован и разделять официальную версию кризиса.

6. Следует признать кризисную ситуацию и случившееся честно перед целевой аудиторией.

Кризисная ситуация зоны озера Иссык-Куль не является краткосрочной и растянута в течение длительного времени. Негативные публикации и отзывы в сети появляются волнами. Сама кризисная ситуация на озере Иссык-Куль многолетняя. На протяжении последнего десятилетия в сети регулярно появлялись фотографии машин, которые заезжали на пляж, фотографии домашнего скота в озере, фотографии загрязнения и выброса отходов в воду. За последние годы прибрежная зона озера и прилегающие территории завалены полиэтиленовыми пакетами и бутылками. Подобные публикации характеризуют кризисную ситуацию признанной: есть сообщество людей, медиа, которым небезразлично и, которые открыто признают наличие кризиса. Однако следует отметить, что признание кризисной ситуации во многом остается без ответа со стороны администрации региона, что ведет к снижению репутации озера и росту негативных отзывов.

На данном этапе для спасения репутации озера Иссык-Куль дадим следующие рекомендации:

1. Сделать открытое заявление администрации региона и признать экологический кризис: открыто дать интервью, провести панельную встречу с журналистами из разных СМИ, сформулировать точку зрения администрации на сложившуюся проблему.

2. Создать онлайн-платформу для агрегирования информации об экологических проблемах региона, где общественность сможет открыто коммуницировать с представителями власти, экологами, профессионалами и друг с другом.

3. Разработать стратегию моментального реагирования на публикации, отзывы, комментарии и создать штаб кризисной коммуникации.

4. Разработать стратегию использования собранной информации для разработки и запуска программы спасения региона озера Иссык-Куль.

4. Отдых на Иссык-Куле: как туристы из Казахстана отреагировали на волнения в Кыргызстане // Forbes.kz. — 2019. — Режим доступа: https://forbes.kz/process/otdyih_na_issyik-kule_kak_turisty_iz_kazahstana_otreagirovali_na_volneniya_v_kyrgyzstane/
5. Программа Правительства Кыргызской Республики развития сферы туризма на 2019–2023 годы // Департамент туризма при Министерстве культуры, информации и туризма Кыргызской Республики. — Режим доступа: <https://clck.ru/MhrVx>
6. Руководство к действию в кризисных ситуациях для индустрии туризма (Рекомендации всемирной туристской организации) // «Туризм: право и экономика». — 2008. — № 4. — Режим доступа: <http://center-bereg.ru/h1323.html>
7. Санаторий «Голубой Иссык-Куль» // Санаторий «Голубой Иссык-Куль». — Режим доступа: <https://blue-issyk-kul.kz/>
8. Черноморченко С. И., Дегтярева Е. В., Деев А. С. Использование инновационной составляющей в антикризисном управлении организациями туристического бизнеса Тюменского региона / С. И. Черноморченко // Интернет-журнал «Науковедение». — 2017. — Т. 9. — № 2. — Режим доступа: <https://naukovedenie.ru/PDF/33EVN217.pdf>
9. Эколог рассказал об угрозах экосистеме озера Иссык-Куль // Риа Новости. — 2018. — Режим доступа: <https://ria.ru/20181220/1548305731.html>
10. Bagans L. Tapola H. Crises in the Tourism Industry and their Effects on Young Travellers / L. Bagans // Naaga-Helia University of Applied Sciences. — 2011. — Режим доступа: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/32631/Bagans_Laura_Tapola_Henriikka.pdf?sequence=1&isAllowed=y
11. Booking // Booking. — Режим доступа: <https://www.booking.com/>
12. Lonely Planet // Kyrkzstan. — Режим доступа: <https://www.lonelyplanet.com/kyrgyzstan/essential-information>
13. Tripadvisor // Tripadvisor. — Режим доступа: https://www.tripadvisor.ru/Attraction_Review-g815340-d1060132-Reviews-Issyk_Kul_Lake-Karakol_Issyk_Kul_Province.html
14. Where to go on holiday in 2019 — the hotlist // The Guardian. — Режим доступа: <https://www.theguardian.com/travel/ng-interactive/2019/jan/05/where-to-go-on-holiday-in-2019-the-hotlist>
15. Wilson B. Kazakhstan to Uzbekistan: How To See The Best of The «Stans in 14 Days // Forbes. — Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/breannawilson/2019/08/14/kazakhstan-to-uzbekistan-how-to-see-the-best-of-the-stans-in-14-days/#2af6b1aa22d8>

Применение виртуальной реальности в наномаркетинге

Поддубная Злата Михайловна, студент магистратуры

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва)

В статье рассматривается современная тенденция развития наномаркетинга, заключающаяся в применении технологий виртуальной реальности. Обозначены проблемы и рекомендации по развитию данного направления в будущем.

Ключевые слова: виртуальная реальность, наномаркетинг, виртуальная среда, реклама.

Современная тенденция замедления роста мировой экономики обостряет уровень конкуренции за ограниченные инвестиционные ресурсы, вводя новые требования не только к методическому, но и технологическому обеспечению маркетинга, что обосновывает актуальность настоящей работы. Таким образом, источником конкурентных преимуществ при поиске инвесторов должны стать инновационные технологии, среди которых существует технология виртуальной реальности. Новый вид маркетинга, наномаркетинг, позволил внедрить данную технологию, как инструмент продвижения товаров и услуг маркетинга, отличающийся от классического тем, что он отталкивается не от существующих потребностей клиента, а сам создает их. Деятельность наномаркетинга позволяет сформировать то самое «желание купить» у клиента, которого изначально могло и не быть.

Потребители ищут интересный контент и запомнят рекламу в том случае, если она их не просто «цепляет», а связана с их личным опытом. Поэтому многие крупные компании внедряют новые технологии, желая найти в них хоть толику вдохновения, чтобы произвести впечатление на целевую аудиторию. На волне подобной «избалованности» потребителя и его стремления к развлекательному контенту, VR-технология превращается в один из самых мощных маркетинговых инструментов.

Обратимся к самому определению изучаемого нами понятия. Виртуальная реальность (VR) — трехмерная компьютерная среда, взаимодействующая с человеком: человек погружен в эту среду при помощи различных устройств (шлемы, очки и т. д.), является частью виртуального мира, управляет виртуальными объектами и предметами. VR обладает определенными свойствами такими как правдопо-

добная; машинно-генерируемая; интерактивная; доступная для изучения виртуального мира; обеспечивающая эффект присутствия.

Возможностям применения виртуальной реальности в маркетинге приковано очень много внимания. Основной из проблем применения данной технологии является то, что далеко не все компании научились применять подобные инструменты, не все видят перспективу для своего бизнеса. Другую проблему можно определить, как недостаток охвата, то есть эта технология пока доступна узкому кругу компаний. На данный момент эту технологию могут позволить себе разве что прогрессивные участники рынка, которых, к сожалению, меньшинство. [1] К проблемам можно отнести и дороговизну этого маркетингового инструмента. Не каждая компания готова вкладывать значительные финансы в инструменты, которые ещё слабо изучены и эффективность которых не до конца выяснена. Увеличение аудитории пользователей возможно посредством снижения цены на шлемы виртуальной реальности, если они будут стоить не \$ 800–900, как сегодня, а хотя бы \$ 200–300. Но технологии неизменно дешевеют со временем, и с VR будет то же самое. Возможно, эта планка стоимости будет пройдена в течение трех-четырех лет.

В данной статье были освещены примеры компаний, которые использовали VR для решения различных маркетинговых задач. При помощи собранного и проанализированного материала, была изучена частота применения технологий в рекламных компаниях за период с 2017 по 2020 г. Материал собран из открытых источников, посвященных исследованиям этих технологий в различных отраслях промышленности. Именно данные источники стали определяющими, поскольку основная информация содержится в уже реализованных проектах, а научная литература не в полной мере охватывают вопрос использования технологий VR в рекламе. Даты для анализа были выбраны неслучайно, они связаны с постоянными изменениями в сфере рекламных коммуникаций.

Был проведён анализ задач, наиболее часто решаемых с помощью технологий виртуальной реальности. К ним можно отнести:

- 1) повышение лояльности к бренду;
- 2) создание впечатления на клиента;
- 3) рекламная компания;
- 4) передача реальных ощущений;
- 5) создание «памяти» о товаре.

В ходе написания статьи были исследованы характерные черты использования виртуальной реальности в каждый год. Можно сделать следующие выводы:

- 1) После пика в IV квартале 2017 года был значительный спад интереса в начале 2018 года, потом небольшой подъем.
- 2) Во второй половине 2018 года и по настоящее время использование технологий в бизнесе растет, темпы не очень высоки, но всё же имеются.
- 3) Наиболее активно технологии применяются в сфере B2B продаж. [2]

В современных условиях развития экономики многим компаниям приходится внедрять новые технологии, чтобы оставаться конкурентоспособными в своей сфере. Виртуальная реальность стала одним из маркетинговых инструментов, который позволяет сохранять компаниям устойчивые позиции. Обратимся к нескольким ярким примерам.

Компания IKEA при помощи приложения с технологией VR позволяет дополнить реальную квартиру новыми виртуальными товарами. [3] Такое приложение создано не просто для развлечения пользователей, но и для решения конкретных вопросов: как и где разместить кресло, будет ли оно сочетаться с уже существующим интерьером. Так же компания использует VR — технологию для того, чтобы погрузить клиентов в историю создания продукции, увлекательно рассказать о товаре, привлечь новых покупателей или убедить их совершить покупку в условиях необычайно насыщенной конкурентной среды.

Другим примером может послужить компания Volvo, выпустившая автомобиль премиум-класса XC90, и создавшая виртуальную поездку в салоне нового автомобиля. [4] Подобные акции направлены на окунание с головой человека в продукт, или чтобы показать процесс его изготовления или использования.

Одним из ярких примеров является проект от Alibaba, в рамках была запущена специальная платформа для онлайн покупок в VR, имеющая название Buy+. [5] С помощью этой платформы клиенты совершают покупки в виртуальном торговом центре и при желании оплачивают тут же. Основной плюс этого проекта заключается в отсутствии дорогостоящих приборов. Чтобы погрузиться в виртуальную реальность достаточно картонных очков и смартфона. При минимальных усилиях клиента, компания получает максимальную отдачу, отражающуюся в повышении спроса и в приходе новых покупателей.

Проведенный анализ показал, что развитие наномаркетинга идет опережающими темпами. Такие технологии как виртуальная реальность становятся всё популярнее и используются повсеместно. Все мы без исключения в равной степени клиенты и поставщики товаров и услуг. Мы идем к врачу и там становимся пациентами. Продаем в интернете автомобиль и выступаем в роли поставщика товара. Кроме того, мы страдаем жадной подсмотреть за тем, что недоступно. Именно поэтому узнать заранее, как выглядит ресторан или театр, куда собираемся сходить, какие ощущения испытаем от салона нового автомобиля — простое человеческое любопытство и потребность в экономии времени заставят обратиться к виртуальной среде. Товары и услуги можно пощупать и оценить их свойства в VR без потребности в посещении магазина.

Широкое распространение дополненной реальности приведет рынок к переходу от отдельных маркетинговых компаний к постоянному прямому диалогу с аудиторией, используя как виртуальное пространство продукта, так и пользовательскую среду в режиме реального времени. Таким образом, дополненная реальность может стать ори-

ентиром для мира бренда, в котором события происходят постоянно.

Совершенствование применения технологии виртуальной реальности в маркетинге можно начать с увеличения аудитории, сделать инструмент общедоступным. Возможным выходом в этой ситуации будет — более выгодная цена на реализацию таких проектов, ведь на данный момент подобные дорогостоящие технологии могут позволить себе разве что прогрессивные участники рынка, которых, к сожалению, меньшинство. Особенно продуктивно этот маркетинговый инструмент можно развивать в сфере B2B продаж. Дополненная реальность позволяет адресовать информацию пользователям не просто быстро, но и в режиме реального времени. Соответственно, аудитория может стать свидетелем различных актуальных явлений, связывающих мир

дополненной реальности и реальную среду. Поэтому виртуальная реальность может быть одним из важнейших инструментов в реализации ситуационных компаний.

Технологии, которые обеспечивают эффект полного погружения — это будущее, которое способно изменить как наше ежедневное общение и взаимодействие с цифровой средой, так маркетинговые методы работы. Наряду с увеличением популярности прямых трансляций, 360°-видео и других маркетинговых решений — виртуальная реальность открывает новые каналы для компаний сближения с аудиторией. И хотя эти форматы только начинают распространяться среди массового пользователя, маркетологи, работающие на опережение, должны изучить возможности новой среды и начать разрабатывать стратегии, основанные на новых инструментах.

Литература:

1. Соколова Н. Г., Попова О. В. Комплексная классификация информационных технологий на рынке ИТ // Вестник Ижевского государственного технического университета. — 2016. — № 1. — С. 66.
2. Матвеева И. В., Хоменко Е. Б. Тенденции развития субъектов предпринимательства на современном этапе перехода к информационной экономике // Современные научные исследования и разработки. — 2016. — № 3 (3). — С. 337–339.
3. Официальный сайт «COSSA». Виртуальная реальность — это будущее маркетинга — Электронные данные. — Режим доступа: <https://www.forbes.ru/tehnologii/343867-kak-ispolzovat-vr-tehnologii-dlya-biznesa> (дата обращения: 17.04.20)
4. Официальный сайт «RUSBASE». Какие перспективы ожидают рынок VR? — Электронные данные. — Режим доступа: <https://www.e-xecutive.ru/management/marketing/1990368-virtualnaya-realnost-obnazhila-problemy-marketinga> (дата обращения: 11.04.20)
5. Акулич М. А. Дополненная, виртуальная, смешанная реальность и маркетинг // Издательские решения. — 2018. — С. 66–69.

Управление внутренней коммуникативной средой и коммуникационными потоками вуза: теоретические аспекты

Самойлов Илья Петрович, студент магистратуры;

Чеботарева Анастасия Михайловна, студент магистратуры

Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону)

Данная статья актуализирована и посвящена таким теоретическим аспектам как управление внутренней коммуникативной средой и основными коммуникационными потоками в структуре высшего учебного заведения.

Ключевые слова: система, коммуникации, управление, качество.

Современное управление коммуникационной средой вуза строится на таком элементе как обмен информацией между всеми участниками образовательного процесса. Важность коммуникации в качестве связующего звена информационных процессов всех структур управления в высшем учебном заведении является необходимым условием данного управления. Эффективность и успешность коммуникаций зависит от организационной культуры высшего учебного заведения. В целом, внутреннюю среду высшего учебного заведения принято рассматривать в виде

хозяйственного организма, который состоит из особых элементов управления, которые направлены на полноценную оптимизацию технической, научно-исследовательской и производственно-кадровой деятельности; системы того потенциала и те ключевые возможности, которые на данном этапе имеются в высшем учебном заведении.

Внутренняя коммуникативная среда в высшем учебном заведении, чаще всего, может быть представлена в формате взаимодействия между теми или иными кадрами, а также структурными подразделениями и особыми фор-

мами управления внутри вуза. Данные коммуникационные процессы могут быть осуществлены в виде устной или письменной, а также непосредственной или виртуальной коммуникации [1]. Внутренние коммуникации в вузе помогают устанавливать ролевой формат взаимодействия, а также производить распределение ответственности как всего управляющего, так и профессорско-преподавательского состава. В качестве альтернативного подхода процесса осмысления внутренней коммуникативной среды вуза, можно определять, что данный феномен также является и средой обмена внутренней информацией.

В структуре вуза формирование диалоговой коммуникации означает, прежде всего, способность управленцев высшего звена прислушиваться к своему кадровому составу и правильно интерпретировать все исходящие от них сообщения. Данный элемент в большей степени позволяет определять все сильные и слабые стороны структурных процессов в том или ином высшем учебном заведении, и, соответственно, вовремя корректировать все решения со стороны управляющих структур. Внутренняя коммуникативная среда, как и все ее ключевые процессы, должна постоянно поддерживаться и изменяться в соответствии с развитием средств коммуникации и самого вуза. Особенности создания внутренней коммуникационной среды высшего учебного заведения обусловлены:

- Целями и задачи, стоящими перед учебным заведением и коммуникационными целями в том числе;
- Организационной структурой вуза и сложившейся корпоративной культурой;
- Внутривузовским менеджментом;
- Внутриорганизационными процессами (утверждение и исполнение тех или иных приказов управляющего состава);
- Технологией организации рабочей деятельности;
- Кадровый состав высшего учебного заведения [2].

Рассмотрим более подробно на все вышеперечисленные элементы, определяющие специфику коммуникационной среды университета

1. Цели и задачи всех высших учебных заведений целиком и полностью формируются исходя из ключевого направления деятельности — подготовка и кадров высшей категории, а также развитие российской научной деятельности и получение прибыли за счет реализации платных образовательных услуг. От данной цели, которая поставлена перед тем или иным вузом напрямую зависит вся коммуникационная среда и коммуникационные потоки.

2. Структура высшего учебного заведения, которая строится на процессе объединения (или организации подразделений) в единую коммуникационную среду, через аспекты отражения связей между ними. Данная структура будет показывать процесс взаимодействия уровней управления и функциональных областей высшего учебного заведения. Организационная культура высшего учебного заведения на абсолютно любых этапах функционирования является всеобъемлющей составляющей в вузе, а также ока-

зывает весомое влияние на внутренний климат и положение по отношению к внешней среде. Данный аспект может быть сформирован за счет тех или иных устойчивых коммуникационных норм и представлений, что на данный момент присутствуют в высшем учебном заведении.

3. Внутривузовский менеджмент. Эффективность деятельности вуза определяется качеством внутривузовского управления, профессионализмом руководства высшего учебного заведения и пониманием ими необходимости создания эффективного коммуникативного пространства, способствующего достижению поставленных целей. Важное значение также имеют личностные факторы в создании команды управленцев образовательного учреждения, организация личной деятельности и репутация ректора.

4. Внутриорганизационные процессы в структуре тех или иных высших учебных заведений чаще всего могут включать в себя четыре составляющие; в ходе работы менеджмента высшего учебного заведения формируются все аспекты управления, координации действий и принятие решений, после чего происходит коммуникация между всеми звеньями в структуре вуза.

5. Технология организации рабочей деятельности в том или ином высшем учебном заведении. В данном пункте можно понимать процесс проведения и оказания образовательных услуг, а также те способы, методы и приемы, что производятся в ходе данной деятельности. Управляющая структура, которая может быть представлена в лице Ученого совета высшего учебного заведения решает все вопросы технологий и осуществления их наиболее эффективного применения.

6. Кадровый состав высшего учебного заведения. Как и в любой другой организации, кадровый потенциал является основой в деятельности высшего учебного заведения. Здесь важно ответить, что именно за счет преподавателей и управляющего состава может быть создан как монументальный, так и коммуникационный бренд любого высшего учебного заведения, также данные структуры могут отвечать за процессы формирования внутренней культуры и климата.

В процессе формирования и управления коммуникациями высшего учебного заведения имеют значение все каналы, инструменты, средства и форма подачи информации [3]. В качестве каналов коммуникации высшего учебного заведения выделяют:

- Регулярные собрания, а также заседания Ученого совета, факультетов или кафедр;
- Внутренняя email-рассылка, которая осуществляется за счет ресурсов вуза и затрагивает все активные электронные ящики сотрудников;
- Доски объявлений и информационные стенды, которые могут быть расположены в холлах, а также рекреативных помещениях вуза;
- Корпоративная пресса (внутривузовский журнал или газета), а также те или иные неперIODические печатные материалы, которые, чаще всего, могут

быть расположены в холле или рекреативных помещениях вуза;

- Внутренний корпоративный Интернет-портал или сайт того или иного вуза, за счет которого управляющий состав доводит до подчинённых основной массив внутренней информации и электронная информационно-образовательная среда.
- Социальные сети.

Эффективность того или иного канала коммуникации обусловлена сложившимися нормами и правилами внутреннего регламента [4]. Следует отметить их взаимодополняемость и необходимость применения различных каналов коммуникации в процессе информирования целевых групп. В системе менеджмента коммуникаций важным является управление информационными потоками, которые осуществляются в разных направлениях:

1. Вертикальные информационные потоки, в контексте которых, все по нисходящей руководители передают своим подчиненным приказы или же те или иные поручения, распоряжения, планы и нормативы, а также сообщают о текущих задачах и рекомендуемых к выполнению процедурах. По обратной траектории передаются сформулированные сотрудникам вуза отчеты об их проделанной работе. В данном случае коммуникации по восходящей могут реализовывать функцию по оповещению управляющего состава о том, какие действия в контексте основных поручений и рекомендаций были совершены подчинёнными.

2. Горизонтальные информационные потоки, которые строятся на тех или иных связях между всеми подразделениями высшего учебного заведения (или же между отдельными сотрудниками: заведующими кафедрами, деканами фа-

культетов и т. д.), которые на данный момент могут иметь общий уровень управления.

3. Помимо вышеуказанных информационных потоков в той или иной структуре высшего учебного заведения может быть сформирован и особый диагональный поток, сущность которого строится на обеспечении обмена информацией между сотрудниками разных кафедр или же факультетов, что в данный момент находятся на разных уровнях управления. Иными словами, диагональные коммуникационные потоки в структуре вуза — это связи между функциональными руководителями с сотрудниками тех или иных системных подразделений, которые на данный момент не находятся в непосредственном прямом подчинении.

Следует отметить, что коммуникационные потоки внутри вуза являются управляемыми и контролируемы как со руководством, так и сотрудниками вуза. Их эффективное функционирование позволяет успешно осуществлять образовательную деятельность, поддерживать высокий уровень корпоративной культуры, решать поставленные задачи, стоящими перед университетом.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что комплекс управления внутренней коммуникативной средой и коммуникационными потоками высшего учебного заведения — является одной из наиболее значимых и необходимым условием осуществления деятельности образовательного учреждения. Качественная деятельность высшего учебного заведения в данном аспекте позволит осуществлять быстрое информирование кадрового состава о тех или иных изменениях, а также оперативно реагировать на факторы внешней среды, что в большей степени поможет в укреплении имиджа и бренда высшего учебного заведения.

Литература:

1. Резник С. Д., Филиппов В. М. Управление высшим учебным заведением. — М.: Инфра-М., 2018.
2. Каверина, Е. А. Организация деятельности вуза / Е. А. Каверина. — СПб.: Книжный Дом, 2007.
3. Кузьмина, Н. Н. Кадровая политика современной образовательной организации / Н. Н. Кузьмина. — М.: Инфра-М, 2016.
4. Вдовина, О. Ю. Стратегия кадрового менеджмента / О. Ю. Вдовина. — М.: Инфра-М, 2018.

Молодой ученый
Международный научный журнал
№ 17 (307) / 2020

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

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.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77–38059 от 11 ноября 2009 г.,
выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
ISSN-L 2072-0297
ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»
Номер подписан в печать 06.05.2020. Дата выхода в свет: 13.05.2020.
Формат 60 × 90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

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; <https://moluch.ru/>
Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.