

**МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ,  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ТОРГОВЛИ ПЕРМСКОГО КРАЯ  
УПРАВЛЕНИЕ ПО РАЗВИТИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА  
АДМИНИСТРАЦИИ г. ПЕРМИ**

**ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)  
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования  
«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени Г.В. ПЛЕХАНОВА»**



## ***Современная торговля: теория, практика, инновации***

***Материалы  
VI Всероссийской  
научно-практической конференции  
с международным участием,  
посвященной 20-летию работы учебного заведения  
по программам высшего профессионального образования***

***10-18 ноября 2015 г.***

**Том 1**

**Пермь 2015**

УДК 658.6/9.001.76(063)  
ББК 65.422  
С56

Редакционная коллегия: **Е.В. Гордеева** (председатель),  
**С.В. Поросенков** (зам. председателя),  
Ответственный редактор – **Л.Н. Измайлова**  
Ответственный за выпуск – **С.В. Поросенков**

**Современная торговля: теория, практика, инновации:** Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 20-летию работы учебного заведения по программам высшего профессионального образования (Пермь, 10-18 ноября 2015 г.). Том 1 / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова». – Пермь: Изд-во «МиГ», 2015. – 299 с.

**ISBN 978-5-9907829-4-5**

В первом томе представлены материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 20-летию работы учебного заведения по программам высшего профессионального образования «Современная торговля: теория, практика, инновации», проходившей в Пермском институте (филиале) Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова 10-18 ноября 2015 года.

В сборнике рассматриваются актуальные проблемы развития торговли в условиях международных санкций, информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности, пути повышения эффективности взаимодействия образования и бизнеса.

Материалы опубликованы в авторской редакции.

Издаваемый материал рассчитан на научных и практических работников, преподавателей высших и средних учебных заведений, аспирантов и всех интересующихся вопросами торговли.

ISBN 978-5-9907829-4-5



© Пермский институт (филиал)  
ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет им. Г.В. Плеханова», 2015  
© Хусид Г.М., издатель, 2015  
© Издательство «МиГ», 2015

**СЕКЦИЯ I. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ  
РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ  
В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНЫХ САНКЦИЙ**

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ  
РАЗВИТИЯ АКВАПАРКОВ**

**Азарян Елена Михайловна**

*доктор экономических наук, профессор*

*Донецкого национального университета экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского*

**Мартынов Игорь Юрьевич**

*кандидат экономических наук, доцент, докторант*

*Донецкого национального университета экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского*

**ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM  
OF DEVELOPMENT OF AN AQUAPARKS**

**Azaryan Helena Mihaylivna**

*Doctor of Economics, professor*

*Donetsk National University of Economics and Trade  
Named After M. Tugan-Baranovsky*

**Martinov Igor Yuriyvich**

*Candidate of Economic Sciences, associate professor, doktorant*

*Donetsk National University of Economics and Trade  
Named After M. Tugan-Baranovsky*

**АННОТАЦИЯ**

В статье разработан организационно-экономического механизм развития аквапарков и обоснованы его элементы. Применен системный подход, выделены этапы, обоснованы показатели в рамках этапов. Проведен анализ состояния развития аквапарков в Украине, рассчитана потенциальная емкость рынка для аквапарка в г. Донецке.

**ABSTRACT**

In article the mechanism of development of Aquaparks is developed organizational and economic and its elements are proved. System approach is applied, stages are allocated, and indicators within stages are proved. The analysis of a condition of development of Aquaparks in Ukraine is carried out, potential market capacity for an Aquapark in Donetsk is calculated.

**Ключевые слова:** аквапарк, строительство, инфраструктура, анализ.

**Keywords:** aquapark, construction, infrastructure, analysis.

**Актуальность темы** исследования заключается в том, что урбанизация, ускорение жизни в современном городе требует максимальной концентрации сил и энергии на работе, но для поддержания физической и эмоциональной формы работников современных предприятий нужен отдых, причем активный,

который и может быть обеспечен через развитие системы аквапарков.

**Анализ исследований и публикаций** свидетельствует, что в специализированной [1,2, 3, 4, 5] и экономической [6] литературе не достаточно внимания уделено экономическим вопросам строительства, функционирования и обоснования механизмов развития аквапарков.

**Целью статьи** является разработка организационно-экономического механизма развития аквапарков и обоснование его элементов.

**Основные результаты исследования.** Аквапарком называют крытый или открытый плавательно-развлекательный комплекс [7]. Аквапарк, как бизнес-проект - исключительно капиталоемкий, но возврат вложенных инвестором средств происходит в достаточно быстрые сроки, и в дальнейшем проект начинает приносить чистую прибыль.

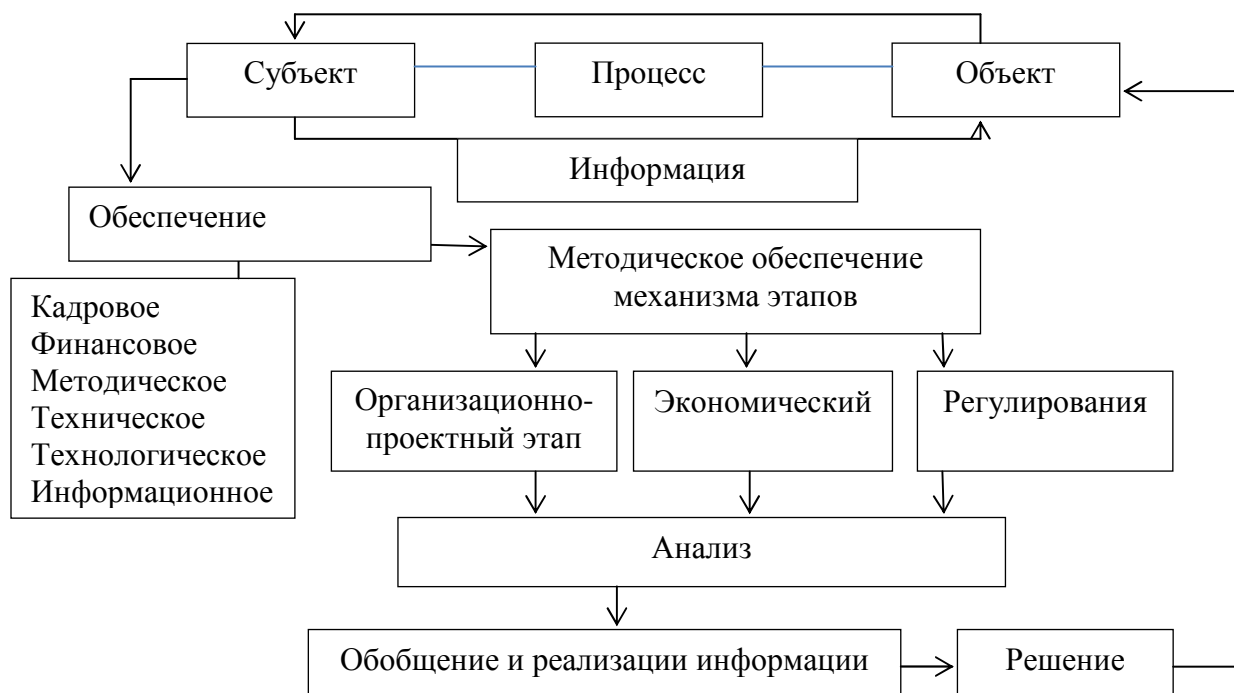


Рис. 1. Организационно-экономический механизм управления развитием аквапарка (авторская разработка)

Исследования показали, что для целей управления следует сформировать организационно-экономический механизм управления развитием аквапарков (рис. 1), сформулировать вопросы, подлежащие анализу, их структурировать в определенную логическую последовательность, выбрать систему показателей, сформировать методики анализа и алгоритмы принятия решений и их коррек-

тировки. Проведенные нами исследования позволили выделить три этапа работ: организационно-проектный; экономический и регулирующий.

Организационно-проектный этап начинается с изучения *организационных вопросов*. Кроме создания бизнес-модели, привлечения инвестора и организации финансирования, реализация проекта аквапарка требует решения ряда организационных вопросов, а именно: землеотвод, получение разрешения на строительство, привлечение грамотных проектировщиков и поставщиков оборудования, правильные расчеты с водоподготовки и т.д.

*Разработка бизнес-плана* – один из самых важных этапов в создании аквапарка, на котором на основе проведенных маркетинговых исследований, создается общая концепция объекта, определяются зоны аквапарка и его насыщенность оборудованием, составляется финансовый план и выполняется предыдущий инвестиционный анализ объекта [38, с. 17], что служит базой для детального проектирования и осуществления расчетов.

*Проектирование* аквапарка предусматривает разработку архитектурного и планировочного решения, подбор оборудования, создание проектно-сметной документации. При размещении горок и развлекательных аттракционов рекомендуется [98] утвердить общий архитектурный дизайн водного парка.

Аналитический этап начинается с *расчета затрат*. Основные расходы включают приобретение земли, оплату проекта, стоимость оборудования, расходы на открытие и дальнейшее усовершенствование. Для планирования целей нужно от 2 до 12 га, чтобы формировать водный парк на открытом воздухе. Точный объем зависит от требований к пропускной способности парка и формы места. Необходимо также рассматривать коммуникации (табл. 1) и возможное местоположение будущего объекта.

*Сроки окупаемости*. Средний аквапарк открытого типа окупается всего за 2-3 года, а крытый – за 3-5 (в редких случаях до 7 лет) [63, с. 53].

*Прибыльность*. Стремление к активному и более здоровому досугу – общемировая тенденция. Аквапарки, ориентированные на местное население, приносят стабильный, предвиденный доход и меньше зависят от внешних фак-

торов, чем аквапарки, ориентированные на туристов. Средняя стоимость крытого аквапарка в разных странах колеблется от 15 до 75 млн. долл., а ежегодные доходы составляют близко 10 млн. долл. при средней загрузке 80%. Пропускная способность украинских аквапарков, по нашим расчетам, составляет от 0,5 до 1,5 тыс. посетителей в день.

Таблица 1

**Вопросы для оценивания доступности коммуникаций  
(авторская разработка)**

<b>Коммуникации</b>	<b>Характеристика</b>
Электрика	Обычно для эксплуатации оборудования нужно три фазы и напряжение 12 500 Вт. Источник должен быть надежным, поскольку летные загрузки создают самый большой спрос на электрические дистрибутивные системы;
Вода	Нужна вода, пригодная для потребления. Для большинства парков обеспечение осуществляется с муниципальной системы, которая использует восемь дюймов при нормальном давлении. Альтернативой муниципальному обслуживанию может быть буровая скважина, которая дает от 300 до 700 л/мин. на протяжении 12-16 ч./часов. Но для этого необходимо выполнить анализ качества грунтовых вод.
Канализация	Соблюдение правил санитарии, сток и фильтрация воды могут представлять значительную проблему. Хорошим решением будет обеспечение доступности системы канализации. Возможные варианты должны быть рассмотрены соответствующими службами перед приобретением места.
Природный газ	Необходимость подогрева воды, обычно, обеспечивается использованием природного газа. Солнечные батареи или электрика также могут использоваться, однако эти источники энергии, обычно, более дорогие.

Пропускная способность украинских аквапарков, по нашим расчетам, составляет от 0,5 до 1,5 тыс. посетителей в день. Так в период максимального загрузки такие водные центры только на входных билетах при фактическом уровне цен зарабатывают от 50 до 180 тыс. грн. (150-540 тыс. руб.) в день. К этой сумме целесообразно прибавить выручку от дополнительной инфраструктуры аквапарков, – баров, ресторанов, кафе быстрого питания, магазинов сопутствующих товаров, детских комнаты, саун, массажных кабинетов и т.п., то получится приблизительный объем дохода от эксплуатации аквапарка. Оборот одного аквапарка включает, как правило, не только бассейн и водные аттракционы, но и отель, рестораны, магазины, дискотеку, боулинг и спортивные площадки, приносящие в среднем 100 млн. долл. на год. Самые большие и наиболее дорогие подобные комплексы (стоимостью до 300 млн. долл.) располо-

женные в Великобритании, США и на Ближнем Востоке.

*Рентабельность.* Рентабельность тематических парков в среднем достигает 25%. Для парков в США и странах ЕС большую часть всех затрат представляет зарплата персонала. Для тематических парков в США прибыль к выплате налогов составляет обычно 40% и больше. Рентабельность аквапарков в среднем составляет 65% к выплате налогов. Рентабельность аквапарков в Украине в среднем составляет 70-75% к выплате налогов [38, с. 21], что на 10% больше средне мирового уровня.

*Объем рынка в натуральном и денежном выражении.* В Украине по данным национальной Ассоциации аквапарков, насчитывается 19 действующих аквапарков (из них 1 мини-аквапарк, 10 – открытых, 8 – крытых).

*Расчет емкости рынка, основан на расчетах затрат потребителей.*

Модель емкости рынка имеет следующий вид, позволяющий подставив данные в нее рассчитать емкость рынка для г. Донецка:

$$E = N \times K \times F \times P, \quad (1)$$

где  $N$  – количество потенциальных потребителей в данном сегменте;

$K$  – процент покупателей, готовых к приобретению исследуемого товара;

$F$  – средняя частота/количество покупок в данном сегменте за исследуемый период;

$P$  – средняя цена товара.

$$E = 970500 \times 0.81 \times 60 \times 15 = 11773320 \text{ (грн)},$$

Рассчитаем емкость рынка для Донецка и получим, что потенциально она составляет 11,7 млн. грн. (35,1 млн. рублей). Числовые показатели получены на основе данных статистических сборников и результатов собственных исследований. Исследования показали, что основные доходы владельцы аквапарков получают за счет продажи входных билетов и работы кафе, фаст-фудов и небольших ресторанов на их территории. В лучших украинских аквапарках сложился такой уровень цен: дневной билет на посещение открытого аквапарка обходится взрослым в 130-260 грн. (390-780 руб.), а детям – 90-230 грн. (270-690 руб.), крытого соответственно – 150-260 (450-780 руб.) и 110-240 грн. (330-

720 руб.). Почасовой тариф колеблется от 30 до 100 грн. (90-300 руб.) для взрослых, от 20 до 60 грн. (60-180 руб.) для детей. Кроме водных аттракционов, на территории аквапарков работают заведения питания (кафе, бары и пиццерии), торговые галереи, включающие магазины сувениров и пляжных товаров, отели и Vip-зоны, SPA-салоны, услуги массажа, дискотеки, боулинг, спортивные площадки, отделения банка, пункты обмена валют и т.п.

**Выводы.** Аквапарк – это ежедневный морской берег, особенно ценный в городе, как место для проведения активного отдыха и досуга горожан. Комплексы на базе аквапарков активно аккумулируют доходы из других бизнесов индустрии досуга. Для развития аквапарков необходим организационно-экономический механизм, позволяющий принимать решения по управлению их развитием, который разработан нами. Дальнейшие исследования должны быть направлены на разработку систем маркетингового анализа условий функционирования аквапарков.

#### Список литературы:

1. Пацюк В. Індустрія дозвілля як складова туристичної сфери / В. Пацюк // Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. – 2008. – № 55. – С. 51-52.
2. Древницкая И.Ю. Сфера развлечений как составляющая качества жизни / И.Ю. Древницкая // Вісник ДІТБ. – 2007. – №11. – С. 203-208.
3. Жданова О. Участь центрів фізичного здоров'я населення «Спорт для всіх» у вирішенні проблеми оптимізації обсягів рухової активності населення /О. Жданова, Т. Господарчук // Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення: матеріали VI Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнародною участю. – Львів: ЛДУФК, 2008. – С. 169-173.
4. Бакшеева Е.Е. Архитектурно-рекреационная среда аквапарков закрытого типа. Автореферат диссертации. С.-Пб., 2011. – 22 с.
5. Суншев С.А. И карьер, и аквапарк: монография /С.А. Сушнев, Юрий Саламович Бадтиев // СОИГСИ, 2011. – 131 с.
6. Масалов М.В. Финансовое обоснование инвестиционных проектов развития спортивно-развлекательных комплексов. Автореферат диссертации. С.-Пб., 2004. – 23 с.
7. Аквапарки. URL: <http://www.aqualand.su/content/0/Akvapark>
8. Аквапарки: бизнес на гребне волны // Property Times. – 2005. – № 3. – С. 18-19.
9. Что такое аквапарк? URL: <http://drugihtakih.net/entertainment/pools/>
10. Несе Галя воду // Бизнес. – 2004. – № 30. – С. 37-51.



11. Резюме бизнес-плана инвестиционного проекта строительства спортивно-развлекательного комплекса «Близкая Гора» / Группа инновационного и инвестиционного проектирования; разр. ООО «СПАС». – Челябинск, 2011. – 37 с.

## **ОСНОВЫ КЛАССИФИКАЦИИ ВЕНДИНГОВЫХ АВТОМАТОВ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ**

**Бобков Дмитрий Иванович**  
*аспирант*

*Донецкого национального университета экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского*

## **BASES OF CLASSIFICATION OF VENDING MACHINE GUNS IN THE SPHERE OF TRADE**

**Bobkov Dmitry Ivanovich**  
*graduate*

*Donetsk National University of Economics and Trade  
Named After M. Tugan-Baranovsky*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье проведен содержательный анализ сущности вендингмашин и торговых автоматов. Представлена характеристика новых торговых автоматов. Определены признаки и предложена классификация торговых автоматов. Осуществлен анализ институциональных особенностей использования вендингмашин для осуществления торговли

### **ABSTRACT**

In article the substantial analysis of essence vending machines and apart-vending is carried out. The characteristic of new vending machines is submitted. It is defined signs and classification of vending machines is offered. The analysis of institutional features of use vending machines for trade implementation is carried out.

**Ключевые слова:** вендинговые машины, автоматы, торговый автомат, классификация, анализ, торговля.

**Keywords:** apart-vending, machine guns, vending machine, classification, analysis, trade.

**Актуальность темы и анализ последних публикаций.** Вопросы развития вендингового бизнеса весьма актуальны в связи с его растущей привлекательностью и тенденцией расширения потребления «вне дома», что обеспечит соответственный рост спроса на удобное и качественное оборудование. Исследованию проблем развития малого и среднего бизнеса, становлению внутренней торговли, развитию потребительского рынка и их сегментов, посвящены работы отечественных экономистов Азарян Е.М., Возияновой Н.Ю., Орловой В.А. Отдельным вопросам развития бизнеса с применением машин, механизму

продаж, особенностям развития вендингового бизнеса в конкретно взятой республике – посвящены работы Анисимова Э. А. [1], Калько Р. [2], Мاستихина А.А. [3], Салдаевой Е. Ю. [1]., Чигарина Т.Г. [4], Однако, прослеживается недостаток системных исследований в этой сфере, что и обуславливает актуальность темы исследования.

**Целью** статьи является исследование вендинговых автоматов и обоснование их классификации.

**Основная часть.** Исследования [3, 5-8] показали, что бурно развивается вендинговый бизнес, как новый канал сбыта - торговля через автоматы или вендинг-машины, который является весьма привлекательным альтернативным каналом. С другой стороны, вендинговый служит интегратором [3] промышленности и торговли. В условиях сокращения вакансий и размеров зарплат, ощутимо возрос интерес к самозанятости [6], которая, также, обеспечивается развитием бизнеса, основанного на использовании автоматов для осуществления розничной торговли. Причем она же является и одним из наиболее перспективных вариантов для входа новых игроков на рынок даже в период кризисных ситуаций. Использование вендинговых автоматов представляет собой цивилизованную и современную альтернативу уличным ларькам. Мастихин А.А. [3] отмечал, что выявлена тенденция к развитию программы по уменьшению числа ларьков на улицах города, и для определенного контингента предпринимателей развитие вендингового бизнеса становится перспективным проектом.

Торговый автомат состоит из отсека для хранения товара, или компонентов товара, устройства приёма оплаты и устройства выдачи. Приём оплаты может осуществляться с помощью монето-, купюро- и картоприёмников, а также с помощью SMS или через интернет. В некоторых автоматах товар изготавливается из компонентов непосредственно в устройстве выдачи. Есть и торговые автоматы «обратного действия» то есть которые выкупают бутылки и банки за наличные. Торговые автоматы отличаются от автоматов, предоставляющих различные формы услуг (телефонов-автоматов, игровых машин, монетодавилок

и т.д.), продажей конкретного товара. Хотя строгой классификации некоторые формы автоматов не поддаются. Например, платный автомат, предназначенный для закачивания воздуха в шины или автомат типа «кран-машина», выдающий плюшевые игрушки, могут в равной степени считаться торговыми автоматами, как и автомат по продаже газированной воды без сиропа. С другой стороны автоматическая бензоколонка с устройством для принятия кредитной карты как правило не считается торговым автоматом. (Поскольку предположительно управляющий бензоколонки может принять и наличные.) Закон Украины определяет торговый автомат более широко — автомат по продаже товаров (услуг) это «регистратор расчётных операций, который в автоматическом режиме осуществляет выдачу (предоставление) за наличные денежные средства или с применением платежных карточек, жетонов и т.п. товаров (услуг) и обеспечивает соответствующий учет их количества и стоимости». Под определение «торговый автомат» также попадают электронные контрольно-кассовые аппараты. По устройству торговые автоматы можно разделить на механические и электронно-механические. Механический торговый автомат не требует подключения к сети электропитания. Такой автомат обычно имеет простую конструкцию, принимает монеты только одного достоинства и продаёт только один вид товара. Механические торговые автоматы не имеют устройств учёта выручки, не могут принимать купюры, не могут отличить настоящую монету от поддельной, или от предмета, похожего на монету. Однако, в отличие от электронно-механического, такой автомат обычно надёжнее и проще в обслуживании. В табл. 1 нами сгруппирована характеристика ряда торговых автоматов.

Таблица 1

### Характеристики некоторых новых торговых автоматов

Марка/ модель	Описание	Характеристики	Цена
1	2	3	4
Кофейные автоматы			
Brio 3	Готовит 12 видов горячих напитков, 300 порций без дозаправки. Может готовить одновременно напитки из зернового и растворимого кофе	Размеры — 760/540/635 мм Вес — 65 кг Максимальная мощность — 1800 Вт Объем бойлера – 0,6 л Плат. система — BDV, Eke, MDB Дисплей — LCD двухстрочный русифицированный	2703

1	2	3	4
Concerto ES7	Готовит 18 видов горячих напитков из натурального кофейного зерна и растворимых ингредиентов. Корпус имеет откидывающуюся верхнюю крышку, благодаря которой можно легко и быстро получить доступ к контейнерам для загрузки ингредиентов, что существенно упрощает обслуживание автомата	Размеры (высота/ширина/глубина) — 1700/ 600/ 740 мм Вес — 125 кг Максимальная мощность — 1850 Вт Объем бойлера — 0,5 л Дисплей — четырехстрочный	3700
Necta Canto	Самая последняя разработка компании Necta. Используются новейшие технологии приготовления напитков, в т.ч. новый зерновой узел Necta Z4000, высокоскоростные миксеры Necta, автоматическая регуляция помола	Размеры — 1830/650/740 мм Вес — 170 кг Максимальная мощность — 1800 Вт Объем бойлера — 0,6 л Плат. система — BDV, Ece, MDB Дисплей — LED дисплей	4600
Снековые автоматы			
Snakky SL	Предназначен для продажи фасованных продуктов в мелкой упаковке (шоколадки, печенье, орешки, бутерброды и т.д.), напитков в банках, пластиковых бутылках, соков в упаковке «Тетрапак» и др. товаров небольших габаритов. На него невозможно установить платежную систему — он может работать только в составе минибара с другими автоматами, принимающими оплату	Размеры — 1700/700/860 мм Вес — 190 кг Дисплей — LCD двухстрочный русифицированный	3165
Snakky LX	Можно установить банкнотоприемник, монетоприемник для приема наличных денег, либо объединить его с кофейным автоматом KIKKO в минибар, в этом случае автоматы будут работать от одной платежной системы	Размеры — 1700/700/860 мм Вес — 190 кг Максимальная мощность — 345 Вт Плат. система — BDV, Ece, MDB Дисплей — LCD двухстрочный русифицированный	3265
Соковые автоматы			
MAXI 6 VE	Производство компании «Fructomat» (Австрия). Автомат по приготовлению и продаже натуральных соков, предназначенный для установки в местах с большим потреблением напитков	Размеры — 1830/950/760 мм Вес — 200 кг Потребляемая мощность — 495 Вт Кол-во канистр — 6 Кол-во выбранных напитков — 9 Кол-во стаканов — 500-1000 Кол-во предвыборов — 4	3850
MINI DIS+	Производство компании «Fructomat» (Австрия). Автомат по приготовлению и продаже натуральных соков, предназначенный для установки в местах с малым потреблением напитков	Размеры — 410/590/500 мм Вес — 45 кг Потребляемая мощность — 365 Вт Кол-во канистр — 4 Кол-во выборов напитков — 5 В автомате используются концентраты соков 1:19 и 1:29	2206

Составлено автором - Источник: «Украинская вендинговая компания» и «СИБА-Вендинг» [9].

Проведенные нами исследования позволяют констатировать, что в экономической и специальной литературе не разработана классификация торговых автоматов (табл. 2).

Таблица 2

**Классификация торговых автоматов (авторская разработка)**

<b>Признак классификации</b>	<b>Элемент классификации</b>
По типу продажи конкретного товара	- торговые - не торговые
По устройству	- механические - электронно механические
По видам	- по продаже напитков - продуктов питания - по продаже промышленных товаров - по продаже лекарств - почтоматы - по предоставлению услуг
По степени адаптации	- традиционные - инновационные

Предпринимателям в сфере вендинга, приходится пользоваться общими правилами розничной купли-продажи и нормами налогового права. Но действующего законодательства достаточно, что бы успешно заниматься вендинг-бизнесом, необходимо только знать нормативные акты, регулирующие эксплуатацию торговых автоматов и права потребителей. Также есть комплекс документов, необходимых для работы с вендинг автоматами и в первую очередь договора. Данная деятельность не лицензируется (и не сертифицируется), но для установки автомата в определенных местах, например, на улице или учебных заведениях потребуются специальные разрешения. Как правило, данные вопросы регулируются региональными актами.

**Выводы.** Исследование вопросов классификации вендингмашин для развития вендинговой торговли позволило констатировать, что в экономической и специальной литературе отсутствовала классификация торговых автоматов, которая нами разработана включает деление по четырем классификационным признакам, а именно по типу продажи конкретного товара; по устройству; по виду; по степени адаптации. Нами сгруппированы характеристики некоторых новых торговых автоматов и проведен анализ привлекательность вендинг-бизнеса как для бизнесменов, так и для покупателей. Направлениями дальнейших исследований должны стать вопросы правового и регламентного обеспечения вендинг-бизнеса.

### Список литературы:

1. Анисимов Э.А., Салдаева Е.Ю. Анализ и состояние развития вендинг-бизнеса в республике Марий Эл // Ученые записки казанской государственной академии ветеринарной медицины им. Н.э. баумана, 2015. № 222 (2). – С.18-21.
2. Рустам Калько. Вендинг: механика продаж. URL: <http://www.habeas.ru>
3. Вендинг как интегратор в промышленности / А. А. Мاستихин [и др.] // Молодой ученый. — 2014. — №15. — С. 180-182.
4. Чигарин Т.Г. Вендинг-бизнес: механические торговые автоматы / Чигарин Т.Г. Орел : С.В. Зенина, 2005. – 128с.
5. «Автоматический» заработок. URL: <http://www.vendors.com.ua/publ/1-1-0-15>
6. Антикризисная идея для бизнеса: торговые автоматы. URL: [http://www.vendors.com.ua/publ/antikrizisnaja\\_ideja\\_dlja\\_biznesa\\_torgovye\\_avtomaty/1-1-0-127](http://www.vendors.com.ua/publ/antikrizisnaja_ideja_dlja_biznesa_torgovye_avtomaty/1-1-0-127)
7. Мировая вендинг-индустрия захватывает все больше сфер торговли. URL: [http://www.vendors.com.ua/publ/mirovaja\\_vending\\_industrija\\_zakhvatyvaet\\_vse\\_bolshe\\_sfer\\_torgovli/1-1-0-118](http://www.vendors.com.ua/publ/mirovaja_vending_industrija_zakhvatyvaet_vse_bolshe_sfer_torgovli/1-1-0-118)
8. Вендинг - выгодное вложение в пассивный бизнес. URL: <http://alterainvest.ru/base/vending-vygodnoe-vlozhenie-v-passivnyy-biznes/>
9. Вендинговые автоматы в Украине. URL: <http://www.ua.all.biz/vendingovye-avtomaty-bgg1062347>

## МОЛЕКУЛЯРНЫЙ АНАЛИЗ В УПРАВЛЕНИИ ПОРТФЕЛЕМ БРЕНДОВ

**Возиянова Наталья Юрьевна**

*доктор экономических наук, доцент*

*Донецкого национального университета экономики и торговли*

*имени Михаила Туган-Барановского*

**Ольмезова Надежда Александровна**

*аспирант*

*Донецкого национального университета экономики и торговли*

*имени Михаила Туган-Барановского*

## THE MOLECULAR ANALYSIS IN MANAGEMENT

### OF THE PORTFOLIO OF BRANDS

**Voziyanova Natalya Yurevna**

*Doctor of Economics, professor*

*Donetsk National University of Economics and Trade*

*Named After M. Tugan-Baranovsky*

**Olmezova Nadezhda Aleksandrovna**

*graduate*

*Donetsk National University of Economics and Trade*

*Named After M. Tugan-Baranovsky*

### АННОТАЦИЯ

В статье раскрыт авторский подход к сущности портфеля брендов и управления им. Обобщены элементы стратегии формирования портфеля брен-

дов на предприятии. Раскрыты основные методические принципы формирования молекулы портфеля бренда, позволяющие учитывать и отражать восприятие брендов потребителями.

### **ABSTRACT**

In article author's approach to essence of a portfolio of brands and management is opened by it. Elements of strategy of formation of a portfolio of brands at the enterprise are generalized. The basic methodical principles of formation of a molecule of a portfolio of a brand allowing to consider and reflect perception of brands consumers are opened.

**Ключевые слова:** бренд, портфель, управление, стратегия, молекула.

**Keywords:** brand, portfolio, management, strategy, molecule.

**Актуальность темы** исследования заключается в том, что важнейшим условием развития современных предприятий является наличие покупателей, предлагаемой продукции или услуги. Именно их восприятие бренда или их совокупности должно учитываться при формировании портфеля брендов предприятием, что требует нового подхода как к управлению портфелем, так и к используемым схемам его построения.

**Анализ исследований и публикаций** свидетельствует, что вопросам маркетинга, выстраивания взаимоотношений с клиентами, брендингу уделялось много внимания авторами, как отечественными, так и ближнего и дальнего зарубежья [1-4]. В тоже время вопросам исследования рынков, развитию торговли посвящены работы Азарян Е.М. [5], Возияновой Н.Ю. [6], в которых особое место уделялось необходимости учета человеческого фактора. Однако недостаточно внимания уделялось вопросам, учитывающим влияние покупательского мнения при управлении портфелем бренда предприятия.

**Целью** статьи является обоснование подхода управления портфелем брендов на основе учета потребительского мнения с использованием молекулярного анализа его составляющих.

**Основные результаты исследования.** По нашему мнению, «портфель брендов» - это система взаимодействия брендов предприятия, характеризующаяся тем, что их действие существенно превосходит эффект каждого отдельного бренда в виде их простой суммы, тем самым создавая синергетический эффект. Искусство управления интеллектуальным капиталом состоит именно в

том, чтобы умело привести возможности каждого бренда к единой стратегии и добиваться сверхаддитивного эффекта ( $1+1+1+1=S$ , где  $S > 4$ ). Следовательно, выигрывают все участники синергетического процесса – так как, в результате, доля каждого участника больше 1. Очевидно, что для объединения усилий требуется, чтобы векторы этих усилий были согласованы, направлены к одной цели, а это является задачей архитектуры брендов. Следовательно, портфель брендов предприятия включает в себя всю совокупность брендов, вне зависимости от владения ими предприятия, с учетом влияния их на решения потребителей.

Исследования показали, что разработка и менеджмент портфеля включают принятие следующих управленческих решений: добавление, ликвидация брендов или суббрендов для установления приоритетов; расширение бренда на другую товарную категорию с дескриптором или суббрендом либо в качестве рекомендателя; расширение бренда «вверх» или «вниз» по ценовой шкале; использование корпоративного бренда в предложении или расширении его использования как рекомендателя; создание альянса брендов; определение или ассоциация с новой товарной категорией или субкатегорией; создание или подбор дифференциатора: особенности, компонента или технологии, сервиса или программы, которые будут выделять бренд; поиск бренда-активатора, бренда-спонсора: продукта, стимула или другой сущности, которая будет связана с целевым брендом и дополнит его ассоциациями, интересом и энергией.

Разработка стратегии портфеля брендов, по нашему мнению, должна включать следующие элементы (рис. 1). Первый из них - портфель, обеспечивающий определенный набор брендов, которые будут использоваться для достижения целей. Он включает все бренды, которыми управляет предприятие, а так же внешние для предприятия бренды, связи которых с внутренними брендами активно регулируются, - такие, как бренды спонсоров, символы, связанные со знаменитостями, странами и регионами. В определенных ситуациях портфель может быть усилен путем добавления брендов. Решение о добавлении бренда должно быть принято или одобрено специалистом, видящим портфель-



ную перспективу.

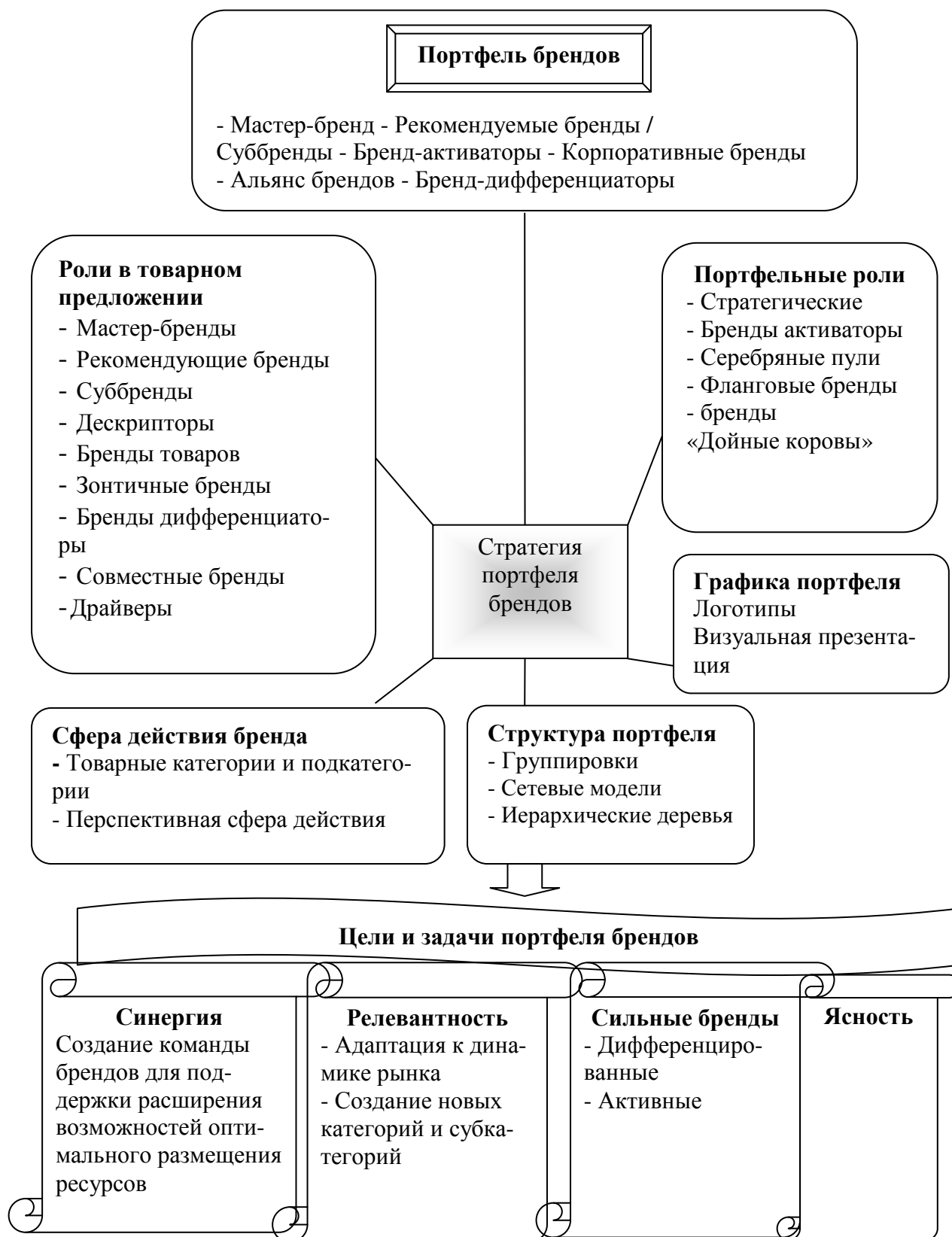


Рис. 1. Элементы стратегии формирования портфеля брендов

В тоже время необходимо учитывать взаимопроникновение торговых марок различных компаний, как тренд, выявленный Ледерером К. и Хиллом С. [7,

с. 159-181], который необходимо требует анализа и отхода от традиционных схем брендов путем использования такого инструмента, как – составления молекулы портфеля брендов.

Методические принципы формирования молекулы портфеля бренда заключаются в следующем. Молекула бренда состоит из совокупности индивидуальных брендов – атомов молекулы, где центральное место занимает наиболее сильный, узнаваемый и воспринимаемый покупателями – то есть самый влиятельный, ведущий бренд, имеющийся у предприятия. В схему молекулы бренда следует включать все бренды, оказывающие влияние на восприятие покупателями ведущего бренда.

На схеме при составлении молекулы портфеля бренда для обозначения отдельных характеристик брендов, целесообразно использовать размер, оттенки цвета, расположение атомов. Размер показывает роль бренда в портфеле. Так, ведущий бренд – центральный и самый большой атом; стратегический бренд – атом среднего размера; вспомогательные бренды – самые маленькие атомы. Применение оттенков цвета обосновано тем, что они показывают влияние бренда на потребительское решение. Так, предлагается использовать три оттенка: темный – показывает отрицательное влияние; светлый – положительное и светло-темный – нейтральное влияние бренда на потребительское решение. Влияние брендов оценивается по степени знания их о бренде и испытывания к ним каких-либо однозначных эмоций. Расположение атомов в модели зависит от сходства стратегий рыночного позиционирования – это атомы, расположенные ближе к центральному; от взаимосвязанности или характера отношений предприятия с брендами.

**Выводы.** Таким образом, построение молекулы портфеля брендов позволяет, как бы, осуществить взгляд снаружи, то есть избавиться от общепринятого подхода, когда все бренды предприятия выстраивались в порядке иерархии во главе с корпоративным брендом. При этом, иерархическое построение брендов в портфеле отражало «вид изнутри» и показывало отношения между менеджерами организации без учета потребителя. Дальнейшие исследования

должны быть посвящены разработке организационной модели построения молекулы портфеля брендов.

#### Список литературы:

1. Валентин Перция. Анатомия бренда. URL: <http://blogbrandaid.com/marketing-outsourcing/trening-v-dushanbe/>
2. Шеррингтон М. Незримые ценности бренда / Пер. с англ. М.: Вершина, 2006.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2004.
4. Смородинская А.А. Анализ зарубежного опыта стоимости бренда. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-zarubezhnogo-opyta-stoimosti-brenda>
5. Споживчий ринок України: маркетингові дослідження: монографія / під ред. О.М. Азарян. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – 536 с.
6. Возіянова Н.Ю. Внутрішня торгівля України: теоретичний базис, моніторинг, моделі розвитку : монографія / Н.Ю. Возіянова. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – 517 с.
7. Управление взаимоотношениями с клиентами: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2009. – 192 с.

#### САНКЦИИ В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ТЕОРИИ И МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

**Глодных Наталья Михайловна**

*кандидат экономических наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ имени Г.В. Плеханова*

#### SANCTIONS INSTITUTIONAL THEORY AND WORLD ECONOMY

**Glodnykh Natalia Mikhailovna**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

#### АННОТАЦИЯ

Статья содержит анализ санкций в теории и практике хозяйствования. Рассматривается их влияние на российскую экономику и мировое хозяйство. Особое внимание уделяется механизму действия санкций и вопросу преодоления их последствий.

#### ABSTRACT

The article contains the analysis of sanctions in theory and practice of management. Discusses their impact on the Russian economy and the world economy. Special attention is paid to the mechanism of action of sanctions and the issue of overcoming their consequences.

**Ключевые слова:** санкции, институциональная теория, российская экономика, мировая экономика.

**Key words:** sanctions, institutional theory, Russian economy, world economy.

В настоящее время российская экономика вынуждена функционировать и развиваться в условиях действия по отношению к ней международных санкций. Данное обстоятельство, несомненно, является усугубляющим названные процессы моментом. Но оно носит объективный характер, поскольку, по мнению большинства специалистов в области социальных наук, является атрибутом нового витка «холодной войны» между нашим отечеством и западными государствами. Признаками такого состояния выступают взаимное тестирование военной и оборонной способности стран, идеологические расхождения в трактовке происходящих в мире событий, несоответствие информационных потоков реалиям, создание условий для сдерживания экономического прогресса в государствах – потенциальных противниках. Поэтому наличие санкций необходимо принимать в качестве существующей действительности, учитывать временную протяженность их действия, принимать меры для нейтрализации вызываемых ими последствий.

В связи с изложенной информацией имеет смысл ознакомиться с научной трактовкой такого явления, как санкции, соотнести её с практикой хозяйственной деятельности в рамках национальных систем и в масштабах глобальной экономики. Только после этого можно исследовать способы преодоления отрицательных последствий санкционных мероприятий в отношении экономики России.

Как термин, санкция имеет правовое происхождение. Она фиксирует собой принудительную меру, применяемую к человеку или организации, которые не соблюдают действующие юридические нормы. В свою очередь, норма представляет собой базовый регулятор взаимодействия людей. Выполнение субъектами зафиксированных ею предписаний носит либо добровольный характер, либо основывается на использовании по отношению к ним различного рода санкций – юридических, экономических или социальных. Юридические меры заключаются в наказании, адекватном характеру правонарушения. Экономическое воздействие предполагает наложение штрафов на нарушителя, а также полную или частичную конфискацию его собственности. Социальные санкции

выражаются в моральном осуждении и ostrакизме. Таким образом, санкция является составным элементом нормы (рис. 1).

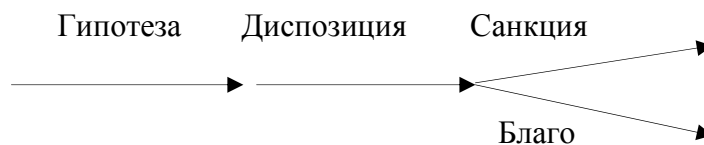


Рис. 1. Структура правовой нормы [1, с. 29]

Если правовая норма понимается в качестве правила человеческого поведения, то её гипотеза описывает условия, при которых правило должно соблюдаться, диспозиция формулирует содержание самого правила, санкция фиксирует отрицательные последствия для нарушителя правила, а благо – положительные последствия при его выполнении. В этом случае санкция вызывает у людей ощущение страха наказания и стимулирует соответствующее их поведение.

В аналогичном контексте рассматриваются санкции и в политической сфере. Но, в отличие от юриспруденции, в политике принудительные меры применяются государствами друг против друга в тех случаях, когда их коренные интересы входят во враждебные, антагонистические, конфликты. Тогда и вводятся односторонние или многосторонние санкции против стран-противников. При этом политическая причина принуждения, как правило, камуфлируется поводом нарушения требований норм международного права. Но может и не маскироваться, вследствие того, что суверенное положение государств позволяет им защищать собственные геополитические и другие интересы, в том числе, и посредством применения различных санкций в отношении других держав.

В экономике нормы поведения хозяйствующих субъектов изучаются её институциональной теорией в рамках западной фундаментальной науки. Она никогда не была ведущей школой в эволюции экономической мысли. В разные периоды времени главенствовали неоклассическая и кейнсианская науки, чьи последователи попеременно были экономическими советниками руководителей индустриальных государств. Но на рубеже прошлого и нынешнего веков ин-

ституционализм стал популярным экономическим научным направлением из-за своего комплексного междисциплинарного характера. Базовой его основой выступает общая экономическая теория, но при этом используется материал права, социологии, теории организаций, антропологии и других социальных и гуманитарных наук [2, с. 113-114]. Главное, что отличает институционалистов от неоклассиков и кейнсианцев – это изучение экономических явлений и процессов с исторической и социальной позиций.

Своё название институциональная теория получила от латинского термина *institutum* – установление, учреждение. Под институтом могут пониматься любые явления и процессы, как экономического, так и неэкономического характера, оказывающие значительное воздействие на поведение человека в хозяйственной сфере. Если принять во внимание тот факт, что сама наука в настоящее время представлена тремя относительно самостоятельными направлениями – традиционной «старой» институциональной теорией, неоинституциональной теорией, новой институциональной теорией, – то содержание понятия «институт» трактуется их представителями чрезвычайно широко: от обычаев, правовых норм, особенностей менталитета до техники и корпораций. Большинство исследователей предпочитают трактовать институт в виде правила поведения экономического человека. В этом случае оно соотносится с правовой нормой не столь однозначно, поскольку может носить как формальный, так и неформальный характер, быть законной и незаконной. При этом правило экономического поведения людей является не столь обязательным для выполнения, как это предусмотрено правовой нормой. Мало того, как показывает практика хозяйствования, никакое юридическое предписание не способно устранить носящий объективный характер экономический процесс. Он просто преобразуется в теневой вариант исполнения, выйдет за «правовое поле».

В такой трактовке правило (норму) можно считать основным элементом всякого института экономики без исключения. Так, традиции прямо определяют необходимые действия в человеческом общении при осуществлении производственной деятельности, техника диктует обязательные условия её примене-

ния в экономической сфере, внезаконная экономика подчиняется криминальным «понятиям» и деловым обычаям, стереотипы мышления и поведения вызывают вполне определённые варианты хозяйственного поведения людей и т.п.

В силу важности и распространенности нормы (правила) экономисты уделяют внимание её внутренней структуре (рис. 2).

Правило = Атрибут + Фактор долженствования + Цель + Условие + Санкция

Рис. 2. Структура правила экономического поведения [3, с. 44]

Атрибут в качестве элемента правила определяет группу людей, на которую оно распространяется; фактор долженствования фиксирует, что именно они должны или могут делать; содержание остальных составных частей происходит из их названий. Как видим, в структуре правила также присутствует выполняющая роль стимула санкция.

Но, в отличие от юристов, экономисты либо вообще отрицают наличие норм как институционального ограничителя выбора хозяйствующего субъекта, либо объясняют их в виде результата его осознанного поведения. Индивиды выполняют требование правила (нормы) не потому, что оно является абсолютным детерминантом их поведения, а для снижения фактора неопределенности в хозяйственной деятельности и во взаимодействиях с другими агентами и, следовательно, для достижения своих рационально поставленных целей [3, с. 45]. Именно поэтому санкции за неправильное поведение в хозяйственной деятельности будут состоять, прежде всего, не в административных или даже уголовных наказаниях, а в ухудшении её экономических показателей – снижении дохода и прибыли, возникновении убытков, возрастании издержек, увеличении риска банкротства.

Применение санкций в области международных отношений между государствами основано на правовых, политических и экономических их трактовках. Но на этом интернациональном уровне экономики субъектами взаимосвязей выступают суверенные, политически независимые, страны. Это обстоятельство делает их контакты между собой принципиально противоречивыми. С од-

ной стороны, государства вовлечены в совместную хозяйственную деятельность, вызванную объективным развитием современных производительных сил. Перемещение различного рода ресурсов между ними, общие объекты эксплуатации (газопроводы, линии электропередач, плотины и т.п.), общая собственность (капитал международных экономических организаций) объединяют страны. С другой стороны, национальные экономические интересы, необходимость поддержания собственной безопасности, обеспечение достигнутого уровня потребления своего населения и решение макроэкономических задач в рамках государственной системы эти же страны разъединяют. Налицо одновременное действие двух противоположных исторических тенденций. В этом случае конфликты неизбежны, как и применение для их разрешения мер санкционного характера.

Было бы наиболее предпочтительным вариантом их применение только в случае факта нарушения некоторыми странами требований норм международного права. Но на настоящий момент времени эта отрасль юриспруденции является самой молодой и недостаточно развитой. Соблюдение данных норм выступает актом доброй воли со стороны независимых государств, заинтересованных в цивилизованном общении с другими державами. При реализации принципа верховенства национальных интересов отдельных стран, нормы международного права фактически для них не действуют. Да и трактуются они крайне неоднозначно. Поэтому в реальной действительности санкции в мировой экономике используются, прежде всего, по политическим причинам. При этом они могут носить любой характер – экономический, политический, социальный.

Применение современных санкций со стороны западных стран в отношении России также инициировано политическими событиями. Собственная позиция нашей страны по поводу происходящих в соседних государствах и в мире в целом процессов не устраивает ведущие индустриальные державы, поэтому они приняли решение о наложении мер принуждения к российскому обществу.

Чисто теоретически, по отношению к суверенной стране можно приме-



нить разнообразные политические действия, вплоть до военного вторжения на территорию, но все они ограничиваются её оборонной способностью. Силы ядерного реагирования, в принципе, не позволяют использовать столь радикальные меры. Поэтому центр внимания в принудительных мерах сосредотачивается на санкциях экономического рода. Именно они не позволяют государству, к которому применяется принуждение, полноценно участвовать в международном разделении труда и обеспечивать себе благоприятные условия для экономического роста.

Однако само международное разделение труда представляет собой форму общественного разделения труда, выступает результатом исторического развития и относится к числу объективных явлений. Разные страны, с одной стороны, преимущественно развивают в своей национальной экономике те или иные отрасли или виды производства по различным основаниям (особенности климата, ресурсная обеспеченность, уровень технического развития), а с другой – вынуждены вследствие данного факта кооперироваться друг с другом. При международном разделении труда происходит взаимодействие почти двух сотен национальных хозяйств и возникает эффект синергии, или эффект нового качества совместных производственных усилий. Он обеспечивает достижение более высоких результатов хозяйствования, чем, если бы экономические агенты действовали только в национальных масштабах и не имели возможности сотрудничать друг с другом. Поэтому участие в международном разделении труда является изначально взаимно привлекательным для всех его сторон; другой вопрос, в какой степени его современное состояние отвечает интересам отдельных суверенных государств.

В случае введения экономических санкций по отношению к одной стране и искусственному «выключению» её из уже сложившегося разделения труда между государствами отрицательные последствия возникают для всех его участников. Это неизбежно, поскольку разрушаются сложившиеся экономические связи, имеющие временную и пространственную характеристики. Формирование новых отношений между странами потребуют дополнительных затрат по

поиску новых партнёров для одних сторон и осуществлению мер противодействия внешнему принуждению для других. Масштабы издержек отдельных государств будут определяться уровнем их вовлеченности в мировые экономические процессы.

Для российской экономики, введённые в отношении ключевых её секторов, западные санкции означают наступление следующих негативных последствий:

- ограничение доступа экономических агентов к мировым финансам в международных кредитных отношениях;
- сокращение поступления в экономику иностранных инвестиций;
- уменьшение импорта не создаваемых в отечественной экономике или дефицитных товаров и услуг;
- сокращение экспорта отечественной продукции на мировой рынок;
- замораживание или свертывание совместных международных экономических проектов.

Адекватные меры противодействия неблагоприятным внешним обстоятельствам должны приниматься в рамках протекционистской государственной политики. Это повышение относительной автономности российской финансовой системы при сохранении задачи дальнейшего формирования в стране мирового финансового центра; активное развитие импортозамещения посредством замены зарубежных товаров и услуг отечественными аналогами соответствующего качества; повышение уровня финансовой дисциплины всех экономических агентов в целях оптимизации доходной и расходной частей государственного бюджета; углубление международного разделения труда со странами, членами БРИКС и ШОС и Евразийского экономического союза. Все эти мероприятия послужат, в конечном счете, укреплению отечественной хозяйственной системы, усилению безопасности страны и не приведут к её изоляции от глобальной экономики.

Для экономик индустриальных государств, которые ввели санкции в отношении России, отрицательные последствия данного события будут выра-

жаться в следующих моментах:

- ограничение доступа к российским природным ресурсам;
- сокращение рынков сбыта собственных товаров и услуг на внутреннем рынке нашей страны;
- ограничение прибыльного приложения капитала в виде инвестиций;
- ограничение «сброса» техники четвёртого поколения для ускоренного развития пятого технологического уклада.

Поскольку перечисленные трудности встают не перед нашей страной, постольку в данной статье возможности их преодоления рассматриваться не будут.

### **Список литературы:**

1. Катрич С.В., Катрич Ю.С. Правовые основы менеджмента в России: Технология использования законодательства в деловом администрировании: Учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2007. – 824 с.
2. Московский А. Институционализм: теория, основа принятия решений, метод критики // Вопросы экономики. 2009. № 3. С. 110-124.
3. Олейник А.Н. Институциональная экономика: Учебное пособие. — М.: ИНФРА-М, 2002. - 416 с.

## **ЛОГИСТИКА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ**

**Иванов Александр Иванович**

*кандидат философских наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

## **TLOGISTIKA AS a FACTOR in INCREASING TRADE EFFICIENCY**

**Ivanov Alexander Ivanovich**

*candidate of Pilosophi Sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассматриваются проблемы необходимости внедрения в торговую деятельность логистического подхода. Перед сферой торговли сегодня стоят серьезные вызовы, ответить на которые можно только опираясь на логистику. Особое внимание в статье уделено проблемам электронной логистики, использованию логистики в формировании интегрированных каналов торговли. Также подробно рассматриваются процессы внедрения в деятельность торговых организаций логистического аутсорсинга.

### **ABSTRACT**

This article discusses the problem of the need to introduce into the trading activities of the logistics approach. Before trade today faces serious challenges that can only be answered based on logistics. Particular attention is paid to the problems in the

article e-logistics, the use of logistics in the formation of integrated channels of trade. Also examines in detail the processes of implementation of the activities of the trade organizations of logistics outsourcing.

**Ключевые слова:** торговля, логистика, розничная торговля, интеграция, интернет-магазины.

**Keywords:** commerce, logistic, retail, integration, e-tailers.

Современная торговля является одной из самой значимой и динамически развивающейся отраслью мировой и национальной экономики. Именно она во многом формирует экономический ландшафт и экономический климат на планете. За последние годы наблюдается увеличение массы международных товарных потоков в разы, увеличение количества источников, и их разнообразие. Появляются новые рынки сбыта. Повсеместное внедряются и продуктивно используются интернет технологии, что ускорило движение информационных потоков в цепочке поставок, сделало рынки более прозрачными. При этом повысились риски при сбыте продуктов, по причине роста многообразия продукции, быстро меняющихся модельных рядов. Интервалы между внедрением и выводением на рынок новых видов продукции сокращаются. Сейчас модным становится лозунг «Каждую неделю новый товар». Год от года растут экологические требования и требования по защите прав потребителей. Эти обстоятельства и многие другие факторы увеличивают конкурентное давление на торговлю [11].

В тоже время, по мнению экспертов, есть признаки того, что экстенсивная модель роста торговли постепенно истощается. Об этом говорит и падение прироста оборота розничной торговли за последние годы. Так в 2014 году он составила лишь 2,5% [2].

Оборот розничной торговли Пермского в текущем периоде 2015 года снизился на 11,2 процента по сравнению с 2014 годом. Такая же тенденция наблюдается и в оптовой торговле. Её оборот снизился на 16% при среднем снижении по России на 10-11% [5].

В этих условиях торговля вынуждена искать новые пути повышения эффективности своей деятельности. Выход торговли на новый уровень, её дальнейшее развитие, многие не без оснований связывают с интенсивно идущими

процессами интеграции, как на макро, так и на микро уровне. И здесь особую роль призвана сыграть логистика и её дальнейшее внедрения в сферу торговли. Использование огромного потенциала логистики способствует успешному развитию торговой отрасли в настоящем и в стратегическом плане. Многие проблемы коммерции логистика решает уже сегодня. Это развитие товарно-экономических систем, повышение уровня информационной прозрачности в товародвижении, управления повторными заказами, ассортиментной политикой, ресурсами, расширение применения электронного документооборота. Не менее насущной проблемой, которую без участия логистики сегодня не решить, являются вопросы совершенствования консолидации, синхронизации грузопотоков. Большие надежды возлагаются на логистику и в вопросе стандартизации, совершенствования политики возвратов, процессов рекламации, реализации остатков, которым на сегодняшний день в отечественной торговле уделяется явно недостаточно внимания. Не менее актуальным остается и вопрос защиты продукции от повреждений и воровства при прохождении его по каналам товародвижения.

Большие перспективы сулит использование логистики в долгосрочном плане. В настоящий момент разрабатывается, и внедряется стратегия логистического лидерства в торговле. Ключевым положением этой стратегии является создание собственного профит-центра, по сути, логистического управляющего центра вне традиционных управляющих структур. Его основная задача – упростить, стандартизировать процессы прохождения товаров по каналам. Он призван объединить усилия производителей, поставщиков и логистических посредников под руководством торговли и организовать управление материальным потоком по принципу вытягивания, начиная с конечных точек продаж [10].

В тоже время ритейл, как объект логистической деятельности, обладает целым рядом особенностей:

- большая и при этом быстро растущая матрица единиц учета запасов, идентификаторов товарной позиции;
- строгие временные ограничения и процедурная регламентация складской

грузопереработки;

- неравномерность поступления товаров в течении дня, недели, месяца;
- большое количество поставщиков продукции;
- использование на складе одновременно разнообразных технологий грузопереработки, несколько видов складской обработки и типов хранения;
- одновременное применение нескольких стратегий отгрузки;
- специфическая топология склада, зонирование его по разным основаниям;
- необходимость управлять движением товара на складе с учетом срока годности, партий, серийных номеров, и т.д.
- специализированный входной контроль при приемке товара;
- использование различных видов транспортных средств [3].

Все это создает дополнительные трудности для внедрения логистической концепции в торговую отрасль.

Одним из перспективных направлений развития торговли является использование Интернет. Экономический ландшафт предстоящего столетия будет формировать под влиянием революции, название которой электронная коммерция. Сегодня электронная торговля - это наиболее динамично развивающаяся область е-бизнеса. Но какой бы виртуальной не становилась торговля, основные бизнес-процессы, все же, остаются реальными: прием заказов и их комплектование, упаковка, доставка товаров и оказание других услуг. Более того именно эти операции, по словам одного из самых авторитетных теоретиков менеджмента прошлого века Питер Друкер, становятся основным фактором, способным обеспечить конкурентные преимущества. Он утверждал, что именно поставка станет основной сферой компетенции [4].

С появлением электронной торговли бурное развитие получила и электронная логистика, которая становится составной частью дистрибьюторской, распределительной логистики. Это явление способствует дальнейшему развитию электронных торговых площадок, а также повышению эффективности сбыта малых партий продукции. С другой стороны интернет торговля не только сделала логистику более значимой, но неизмеримо более сложной, качественно иной.

При электронной торговле происходит централизации приема заказов, которая может осуществляться в международных масштабах. Но одновременно это ведет к децентрализации поставок. Потребителю, в случае удовлетворения ценой и качеством товара, безразлично, где находится поставщик. Для поставщика тоже не имеет большого значения, где находится потребитель. Торговля может вести на рынке и без их физического присутствия, но только при условии, если удастся организовать поставку и обслуживание продукции. Налицо разрыв между временем продажи и временем покупки. Продажа происходит в момент выбора товара покупателем в Интернет-магазине, а покупка позднее после получения товара. А это говорит о том, что поставка товаров должна осуществляться надежно, в самые короткие сроки. Для этого необходимы соответствующие распределительные сети. Интернет превращается постепенно в новый логистический канал. Стратегическое значение приобретает правильное управление каналами продаж. Новый канал продаж должен дополнять и развивать старые каналы.

В этих условиях особое значение приобретает интеграция каналов продаж. Стратегия, которая направлена на реализацию этого подхода обозначается как «omni-channel». В настоящий момент большая часть розничных предприятий используют традиционные моноканальные системы, когда продажи всей своей продукции компанией осуществляются через единственный канал: розничные магазины или только через сеть интернет. Но в последнее время передовые торговые предприятия стали применять мультимодальную технологию бизнеса, когда реализация продукции и обслуживание клиентов осуществляется через несколько каналов. В качестве таких каналов, кроме традиционной торговли через сеть магазинов, могут применяться интернет, каталоги, мобильные приложения, колл-центры и т.д.. Каналы независимы друг от друга и относительно автономны. С начала двухтысячных годов многоканальный ритейл стал появляться и в России. Примером может служить интернет магазин компании «М.Видео».

Следующим шагом в интеграции каналов сбыта является кросс-канальная

розничная торговля. Суть её заключается в том, что покупатель для совершения покупки имеет возможность использовать комбинацию нескольких каналов. Такая технология получила название «click & pick» («нажми и заведи»). В другом варианте это звучит как «pick-up in store» («получение товара в магазине»). У той же самой «М. Видео» доли продаж по технологии «click & pick» постоянно растут и в 2014 году достигли 60%, хотя годом раньше составляла всего 38% [1].

И наконец, максимальную интеграцию каналов продаж предполагает омниканальная технология «omni-channel retail». В этом случае границы между каналами стираются и для покупателя и для продавца. Покупатель, не видя разницы между каналами, покупает товар, и возвращает, в случае необходимости там, где ему удобно и в удобное для него время. Такая ситуация возможна при единстве во всех каналах ассортимента, цен, системы хранения данных о клиенте. Причем клиент получает максимальную свободу выбора способа заказа, оплаты, доставки, а также возврата товара. Последние две модели предполагают наличие единого бренда ритейлера, объединяющего все каналы продаж. Использование покупателями многоканальной технологии дает им с одной стороны свободу выбора, а с другой сокращает расходы, экономит время, снижает риски отсутствия товара, гарантирует удобное время получения заказа, и предоставляет дополнительную информацию о продукции.

Выгоду от этого получают и предприятия розничной торговли. Многоканальные системы продаж позволяют им расширить ассортимент товара, сократить количество персонала, транспортные издержки, сократить потери от эффекта «Showrooming». Кроме того интеграция каналов ведет к увеличению объема продаж за счет возрастания количества импульсных покупок, повышению лояльности существующих и привлечению новых клиентов. Сегодняшний тренд таков что, происходит сближение онлайн и оффлайн-торговли. Сетевые розничные операторы открывают интернет-торговлю, а интернет-магазины открывают физические торговые точки. На отечественном рынке к модели «omni-channel» осуществляют переход такие компании как «Эльдорадо», «М.Видео», «Мегафон» и т.д.



Но при внедрении многоканальной торговли возникают дополнительные сложности, связанные с учетом и управлением запасами, как розничных каналах, так и распределительной сети, со значительным увеличением количества мелких заказов, усложнением процесса выбора маршрутов, с необходимостью быстрого определения источника снабжения и т.д. Эти обстоятельства значительно повышают роль логистики, её эффективного построения. Становится ясно, что многоканальные стратегии могут работать эффективно при условии построения единого информационного поля, существования интегрированной системы управления запасами, оперативного анализа потребительских данных и подбора товара на основе их предпочтений, четкой и слаженной работы службы логистики. От неё, в частности, потребуется внедрение новых складских технологий, высоко автоматизированного оборудования, оптимизации цепей поставок, усложнения операционной деятельности. Для собственной логистики торговых сетей, их распределительных центров, особенно в условиях значительного роста заказов через интернет, эта задача может быть очень сложной.

Предприятия торговли и в первую очередь электронной сталкиваются со сложными, трудоемкими проблемами реального распределения продукции. Внедрение многоканальных способов продаж порождает острую потребность состыковать деятельность в различных сферах, совершенствование учета и управления реальной и виртуальной логистикой.

Естественным выходом из данного затруднения может стать предоставление этой функции на аутсорсинг логистическим оператором. Более того возможно включение логистических провайдеров в состав альянсов с виртуальными компаниями с целью оптимизации логистической сферы деятельности.

И здесь высвечивается очень актуальный для отечественной реальности вопрос аутсорсинга логистической функции торговыми компаниями. В теории, да и в практике наиболее развитых стран аутсорсинговая модель организации логистики демонстрирует свои преимущества. В Евросоюзе и США логистический аутсорсинг нашел значительное распространение и на сегодняшний день

составляет более половины объема торговой логистики. В России этот показатель значительно скромнее. Российские торговые сети всегда выступали самыми последовательными критиками логистических операторов, справедливо упрекая их в низком качестве работы, высоких ценах и т.д. По этой причине многие из них предпочитают создавать собственные логистические системы, понимая, что часто это противоречит экономической целесообразности. Наглядным примером этому является федеральная розничная сеть «Магнит», которая обладает одной из самых мощных и эффективных логистических систем страны.

Причина создавшейся ситуации кроется в специфике экономической среды России. Уровень конкуренции в торговой отрасли не достиг критических параметров, заставляющих компании применять методы жесткой ценовой конкуренции, связанной со снижением рентабельности бизнеса. Хотя собственная логистика и сдерживает оборачиваемость товарных потоков, но сегодняшняя рентабельность и неценовые методы конкуренции в торговле позволяют этого не замечать. К тому же ограниченный набор инструментов долгосрочного инвестирования, делает инвестиции в недвижимость наиболее привлекательным инструментом. Вкладывая в собственную складскую недвижимость, торговые компании осуществляют долгосрочные финансовые вложения, капитализируя прибыль.

Из существующих сегодня на российском рынке логистических операторов не многие способны оказывать логистические услуги с функцией управления цепями поставок высокого качества. На российском рынке в настоящее время фактически отсутствуют логистические операторы федерального уровня, которые в состоянии удовлетворить разнообразные потребности крупных сетей, оказать качественные услуги на всей территории страны. Более того, большинство из них уступают в компетенции своим потенциальным клиентам из торгового бизнеса. Это создает дополнительный негативный фон вокруг проблем аутсорсинга. Не маловажную отрицательную роль играет и традиционная закрытость российского бизнеса. Часто из соображений мнимой безопасности торговые сети не пускают в свои бизнес-процессы профессионалов,

предпочитая использовать собственную инфраструктуру.

Сегодня ситуация несколько улучшилась. Провайдеры логистических услуг стали больше заботиться о потребностях клиентов, стали больше ориентироваться на обслуживание конкретных товарных групп, приобрели опыт работы. Более интенсивно внедряются ими современные передовые логистические технологии. Были ими предприняты усилия по сокращению общелогистических затрат и повышению эффективности бизнеса, в частности, за счет интеграции логистических функций их более тесной координации.

В тоже время логистическая составляющая деятельности ритейлеров становится все более сложной. Без глубокой интеграции организовать эффективную работу логистического механизма торговой организации крайне сложно. В этих условиях партнерство торговых организаций и логистических операторов становится все более важным и значимым. Любая передовая технология окажется бесполезной, если отношения между контрагентами не будут партнерскими. Особую важность приобретают доверие и взаимопонимание при совместной работе с клиентами, а не только внедрение передовых технологий. На сегодняшний день рынок логистических услуг в России отличается слабой прозрачностью. Доверяя товар логистическому оператору, заказчик вынужден руководствоваться собственными представлениями о той или иной логистической компании и теми немногими объективными рейтингами логоператоров, существующими у нас в стране. Очень часто для заказчика управления рисками внутри логистического оператора абсолютно не прозрачна, так же как и его финансовое состояние. Далеко не все логистические компании публикуют свои тарифы. В этой ситуации особую роль начинают играть способности оператора к поддержанию доверия у клиентов на основе партнерских взаимоотношений. Управление взаимоотношениями с клиентами нужно рассматривать как непрерывный технологический бизнес-процесс, предусматривающий разные сценарии развития.

В последнее время появился термин, «фулфилмент», которым обычно обозначают комплексное логистическое обслуживание предприятий с элек-

тронными каналами продаж и который включает хранение продукции, обработку заказов, их комплектацию и упаковку, её транспортировку потребителям, получение от них финансовых средств и т.д. [12].

В России фулфилмент начинает развиваться довольно интенсивно. К этому процессу (обработке интернет заказов) присоединяются и крупные логистические провайдеры, такие как «Itell», «F MLogistic» и т.д. На российском рынке наблюдается положительная динамика развития рынка фулфилмента. Если в 2013 году его объем оценивался в 6 млрд. рублей, то в 2014 он составил уже 7,8 млрд. рублей, а в 2015 году ожидается в размере 8,2 млрд. рублей [9].

Эксперты согласны с мнением, что в сегодняшней ситуации логистические компании в России могли бы с успехом оказывать логистические услуги ритейлерам в городах с населением меньше одного миллиона жителей, на локальных рынках, там, где не развита инфраструктура, где доля ритейлера не велика. Кроме того эффект от кооперации с логистическим оператором способен принести максимально быструю отдачу торговой компании в случае если она выходит на новый рынок, либо нацелена на стремительную региональную экспансию.

Важным условием эффективной работы розничных сетей с многоканальными технологиями продаж является оперативная доставка клиентам товаров, которые заказаны через интернет. Для решения этой задачи используются различные варианты. Один из наиболее предпочтительных среди них является приближение запасов к конечным потребителям. Это возможно при развитии складских сетей в регионах. В этом вопросе ритейл испытывает значительные трудности. Именно в регионах наблюдается серьезный дефицит складских площадей. Так по данным департамента складской недвижимости России и СНГ Knight Frank, объем рынка складов в регионах составляет только 25% от общего объема. Львиная доля находится в Москве 59% и в Санкт-Петербурге 16%. Причем 67% объема поглощения приходится на розничную торговлю [8].

Пермский регион в этом плане не является исключением. Уровень вакантных площадей в Пермском крае крайне низкий. В дефиците качественные объекты. Рынок производственно-складской недвижимости не сформирован и

развивается в основном за счет реализации избыточных площадей промышленных предприятий, построенных еще в советские времена. Первичный рынок фактически отсутствует: в основном объекты строятся для собственных нужд предприятий и «не выходят» на открытый рынок. По данным агентства «Аналитический центр «КД-консалтинг», складов класса «А» в Перми сегодня порядка 73 тыс. кв. м., и еще 35 тыс. кв.м. качественных площадей находится в строительстве. В то время как потребность в складских площадях класса «А» на сегодняшний день составляет порядка 100-150 тыс. кв.м., а класса «В» и того больше, порядка 400 тыс. кв. м. Проблема обостряется в связи с тем, что на пермский рынок планируют зайти в ближайшие годы некоторые международные и федеральные сети. Таким образом, дефицит складских площадей высокого класса сдерживает развитие торговли в регионе [6].

Значительное усложнение управления материальными потоками требует от логистических подразделений ритейлера заниматься не только операционной деятельностью, но и осуществлять межфункциональную координационную. Данная стратегия не может быть реализована без соответствующего информационного обеспечения. В связи со значительным увеличением числа источников поставки и мест доставки, усложняется значительно процесс маршрутизации. Это также требует решение задачи автоматизации управления транспортом, которая может быть реализована применением стратегии TMS (система управления транспортировкой). В последнее время все чаще используется более передовой программный продукт DOM, технология которого позволяет распределять заказы выбирая лучший источник их выполнения. Мировой опыт показывает, что применение данных систем позволяет снизить транспортные расходы на 15% [7].

Торговля постепенно перемещает центр тяжести в логистической системе в сторону покупателя. Логистическая система превращается все в большей степени из «толкающей» в «тянущей», функционируя не столько по прогнозу, сколько по заказу клиентов. В свою очередь такой подход потребует минимизации запасов, сокращения времени выполнения заказов и т.д. А это не воз-

можно без четкого взаимодействия всех звеньев цепи от поставщика до потребителя. Чтобы обеспечить соответствующее взаимодействие, не обойтись без взаимной информационной прозрачности логистической деятельности участников цепи, без предоставления информации о состоянии запасов, объемах продаж, уровне цен, качестве продукции, времени поставок и т.д.

Сегодня решающее значение для торговых организаций имеет анализ поведения потребителей. Все большее применение в торговле у нас в стране находит стратегическая концепция ECR «эффективная реакция заказчика», ориентированная на эффективное управление отношениями с поставщиками, эффективное реагирование на запросы клиентов. В точках совершения покупок постоянно идет сбор информации о продажах. Это огромное количество данных сводятся в единые информационные банки, затем они анализируются, оцениваются, и доставляются всем участникам товародвижения по цепочке поставок. Большую роль здесь призваны сыграть такие базисные информационные технологии как штриховое кодирование, радиочастотная идентификация, электронный обмен и обработка данных. Поведение потребителей на точках продаж фиксируется практически в режиме реального времени. Полученная при этом информация доступна всем участникам цепочки поставок, находящимся в партнерских отношениях, в том числе и производителю. Благодаря этому цепочки поставок от производителей до потребителей, где создается добавочная стоимость, переходят со стратегии «проталкивания» на стратегию «вытягивания». Без внедрения современных логистических технологий типа CRP (программа постоянного пополнения склада), VMI (управление запасами поставщика), RFID-технологии, CPFR (совместное планирование, прогноз и пополнение склад), CCRM (совместное управление отношениями с клиентами) и т.д. рассчитывать на серьезные изменения в торговле к лучшему в ближайшее время и особенно в долгосрочном плане не приходится [11].

С появлением серьезной конкуренции в торговле, расширением Интернет-торговли, расширением предлагаемого ассортимента товаров, успех все больше зависит от четкой организации логистики. Все большее значение при-

обретает выбор адекватных способов доставки, внедрение информационно-учетных систем, выбор поставщиков и партнеров, создание складов и распределительных центров.

В независимости от форм торговли, способов продажи и оплаты, основные тенденции логистической сферы деятельности в торговле сегодня просматриваются довольно четко. Это более прочные отношения с участниками товародвижения на основе партнерских взаимоотношений, прозрачность информации в логистических системах, максимальное сокращение сроков поставок, и осуществление поставок точно в срок с высоким качеством, минимизация запасов материальных ценностей в цепи поставок, повышение качества и разнообразия логистического сервиса, использование наукоемких технологий, аутсорсинг логистической функции логистическим операторам.

#### **Список литературы:**

1. Виноградова А.Б., Богинская М.И. Роль логистики в интеграции каналов продаж сетевого розничного оператора// Логистика и управление цепями поставок. 2015. № 3.С. 33-44.
2. Николаева Н. Принято к исполнению // Мое дело. Магазин. 2014. №12. С.52-57.
3. Ли З., Ульянова И. и др. Ритейл и логистика: развиваемся вместе//Логинфо. 2012.№ 3.С.16-24.
4. Питер Друкер. Менеджмент. Вызовы XXI века. 2010.
5. Пермский край в цифрах. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://perm.rbc.ru/perm/freenews/55f8fee-b9a794785d09f5125>.
6. Развитие рынка производственно-складской недвижимости Пермского края. «Аналитический центр «КД-консалтинг». [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.facebook.com/cropus/kd.analitika>.
7. Рынок Интернет-торговли в России. Аналитическое агентство «InSales.ru». [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://www.insales.ru/blog/wp-content/uploads/2013/04/InSales\\_otchet.pdf](http://www.insales.ru/blog/wp-content/uploads/2013/04/InSales_otchet.pdf).
8. Рынок складской недвижимости. Консалтинговая компания Knight Frank [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.ekbpromo.ru/news/593>.
9. Рынок фулфилмента в Российской Федерации. Маркетинговое агентство «Json&PartnersConsulting». [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://json.tv/ict\\_telecom\\_analytics\\_view/rynok-fulfilmenta-v-rossiyskoy-federatsii-20150429022132](http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/rynok-fulfilmenta-v-rossiyskoy-federatsii-20150429022132).
- 10.Современные тенденции развития торговой логистики // Логинфо, 2013.№1-2.- С. 41-50.
- 11.Тенденции развития торговой логистики – вчера, сегодня, зав-

тра//Логинфо. 2012. № 9.С. 38-48.  
12.Что такое фулфилмент. [Электронный ресурс] - Режим доступа:  
<http://www/smmis.ru>

## **ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ВВЕДЕНИЯ САНКЦИЙ**

**Катлишин Олег Илясович**

*кандидат экономических наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ имени Г.В. Плеханова*

## **FOREIGN TRADE IN THE RUSSIAN FEDERATION I N CONDITIONS THE IMPOSTSITION OF SANCTIONS**

**Katlishin Oleg Ilyasovich**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

### **АННОТАЦИЯ**

В исследовании подводится итог внешнеэкономической деятельности РФ. Проведена оценка влияния санкций и антисанкций на внешнюю торговлю и развитие экономики страны, в частности, на АПК РФ. Приведены комментарии экспертов.

### **ANNOTATION**

The study summarizes the foreign trade activities of the Russian Federation. The assessment of the impact of sanctions and anti-sanctions on foreign trade and economic development of the country, particularly in the agro-industrial complex of the Russian Federation, is carried out. Expert commentary are given.

**Ключевые слова:** ВТО, внешнеэкономическая деятельность, санкции, антисанкции, эмбарго и АПК РФ.

**Keywords:** WTO, foreign economic activity, sanctions, anti-sanctions, embargo and AIC of the Russian Federation.

**Введение.** За последнее время в Российской Федерации наблюдается процесс интеграции в мировую экономику. Уже два года Российская Федерация является полноправным участником ВТО. Однако в 2014 году развитие внешней торговли и отечественной экономики осложнилось рядом внешнеполитических факторов.

**Методика.** Для достижения поставленной цели использованы абстрактно-логический, монографический, статистический, метод сравнительного анализа, а также другие научные методы исследования.

**Результаты.** Российская Федерация 22 августа 2012 г. официально была признана полноправным членом Всемирной торговой организации. Протокол о присоединении РФ к ВТО вступил в силу, и Россия стала 156 членом этой ор-



ганизации.

Официальное присоединение России к ВТО открывает новый этап в развитии ее внешней торговли и экономики. Наша страна должна выполнять принятые на себя обязательства, а бизнес перестраиваться в рамках норм и правил многосторонней торговой системы.

Вступление России в ВТО не может не отразиться на поведении участников российского рынка. Грядущие перемены заставят бизнес действовать более прозрачно, так как теперь его деятельность будут контролировать не только российские власти, но и представители других стран. В условиях, когда протекционизм внутреннего рынка может осуществляться исключительно тарифными методами в оговоренных объемах, необходимо было выбрать курс по удешевлению национальной валюты.

Рассмотрим краткие итоги развития внешней торговли РФ.

За восемь месяцев 2014 года (август 2014 года к декабрю 2013 года) экспорт товаров сократился на 0,9%, импорт – на 11,9%, а сальдо торгового баланса увеличилось на 14,9%.

Уменьшение стоимостного объема экспорта в августе 2014 года по сравнению с декабрем 2013 года более чем на 85% связано с заметным ухудшением внешнеторговой конъюнктуры для нефти и природного газа.

В значительной степени на динамику импорта в рассматриваемом периоде повлияло сокращение ввоза машин, оборудования и транспортных средств (без легковых автомобилей), товаров, относящихся к прочему импорту (в состав которых входят фрукты, кроме цитрусовых плодов, овощи, молочные продукты), а также легковых автомобилей.

За последние 15 месяцев (по август 2014 года включительно) непрерывно растет экспорт нефтепродуктов (их основную часть составляет топливо для реактивных двигателей) – необработанного никеля, жидких топлив и необработанного алюминия. За последние 7 месяцев снижается экспорт обработанных и необработанных лесоматериалов. В течение 10 месяцев уменьшается импорт легковых автомобилей и цитрусовых плодов, 9 месяцев – свежей мороженой

рыбы, 5 месяцев – мебели (рис. 1).

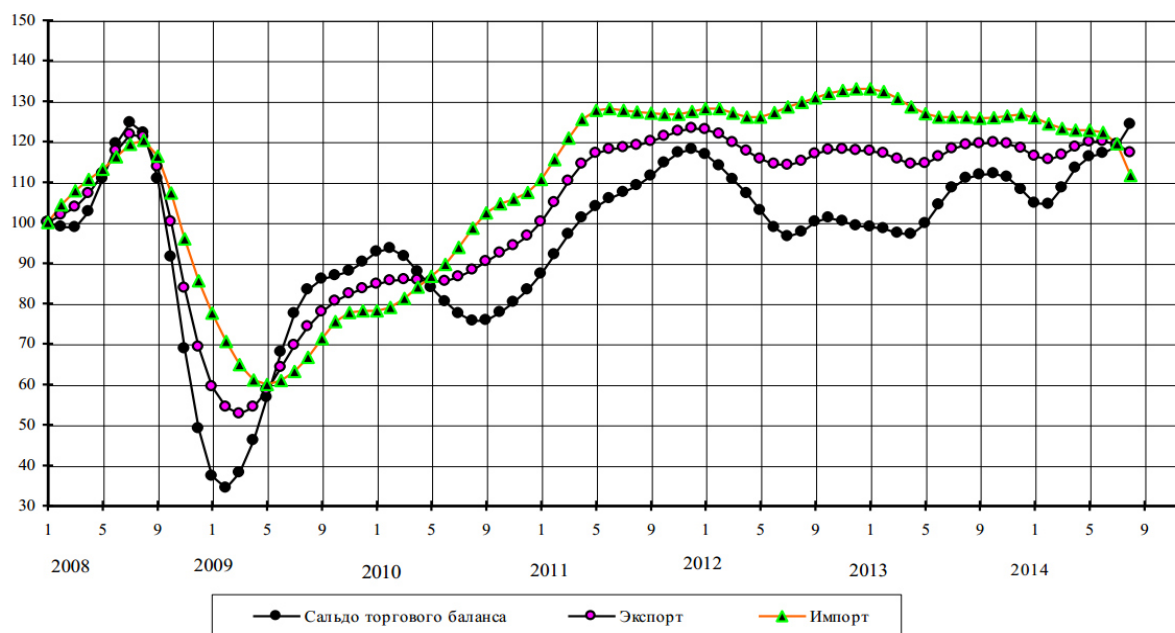


Рис. 1. Динамика показателей внешней торговли в 2008 – 2014 гг. (в % к январю 2008 г.)

Сокращение стоимостного объема экспорта в 2014 года по сравнению с 2013 годом на 0,9% в решающей степени обусловлено снижением контрактных (экспортных) цен при поставках товаров на внешний рынок. Сводные индексы физического объема и контрактных цен по сопоставимому кругу товаров в рассматриваемый период составили соответственно 1,00 и 0,9816.

В 2014 году импорт сократился на 11,9%, что обусловлено, в первую очередь, уменьшением закупок машин, оборудования и транспортных средств (без легковых автомобилей), товаров, относящихся к прочему импорту, а также легковых автомобилей. Сокращение стоимостных объемов импорта было обусловлено уменьшением физических объемов ввоза, что является адекватной реакцией на рост контрактных (импортных) цен, вызванным обесцениванием рубля на внутреннем валютном рынке.

Снижение стоимости импорта сдерживалось за счет увеличения закупок черных металлов, стальных труб, а также свежего и мороженого мяса птицы [1].

Подводя итог внешнеэкономической деятельности России, мы заключаем, что снижение стоимости экспорта оказалось незначительным относительно стоимости на импорт, что обусловлено падением стоимости национальной валюты.

Падение курса российского рубля обусловлено введением санкций про-

тив РФ и падением цен на энергоносители (причем второй фактор эксперты также часто увязывают с введением санкций).

Инициатором введения санкций против Российской Федерации стало руководство США. Оно преследовало цель международной изоляции России. К введению санкционного режима в России присоединились страны Евросоюза, несущие риск собственного экономического ущерба. Санкционный режим также поддерживали государства Большой семёрки и страны, являющиеся партнёрами США и ЕС.

Доля сельскохозяйственных продуктов в экспорте ЕС составляет менее 5%. Россия – крупнейший рынок сбыта продовольственных товаров ЕС. Объём экспорта сельскохозяйственных продуктов и сырья в Россию составил в 2013 году 12,2 млрд. евро. Экспорт продовольственных товаров в Россию составляет менее 1% общего экспорта ЕС.

Ответом на санкции стало введенное в России продовольственного эмбарго. По самым скромным подсчетам, от продовольственного эмбарго понесут ЕС организовал экспертную группу людей, в обязанности которой входил контроль за экономическими потерями, понесенными вследствие введенных против России санкций. Для этого была выделена сумма в размере 400 млн. евро. В частности, 125 млн. евро было направлено на выплату компенсации фермерам, понесшими убыток от российского эмбарго. По заявлению Владимира Путина от 15 ноября 2014 года, Еврокомиссия оценила ущерб для экономики Европы от введения российского эмбарго в 5-6 миллиардов евро. Понесли экономические убытки Польша, Литва, Нидерланды, Германия и Испания.

Существует точка зрения, согласно которой продовольственное эмбарго может положительно повлиять на развитие агропромышленного комплекса РФ благодаря запрету ввоза импортной продукции и расширению рынка сбыта. Так, несмотря на ожидаемую стагнацию, в сентябре 2014 года промышленность в России выросла на 2,8%, рост сырной и мясной отраслей стал результатом введения продуктового эмбарго по отношению к ЕС. В октябре объём производства сыра и сырных продуктов по отношению увеличился на 18 %, был от-

мечен рост мясной продукции, птицы, но наблюдалось падение производства рыбы и молока [2].

Россия, однако, пока еще не в состоянии обеспечить себя полностью отечественными продуктами, вследствие чего прогнозируется дальнейшее увеличение цен.

Производители российской продукции, а также поставщики-импортеры стали увеличивать цены на продукты питания в связи с действием в России продуктового эмбарго. К концу 2014 года цены на рыбу, морепродукты, яблоки, овощи, сыры и молочную продукцию выросли на 30-40%. Ожидается ухудшение качества продуктов, которое связано с низкой конкурентоспособностью продуктовых товаров [3].

До введения санкционного режима на долю импорта приходилось около 40% расходов россиян на продукты питания. Повышение цен на продукты в связи с вводом санкций болезненно отразится на бюджете россиян, в особенности, на беднейших слоях населения. По прогнозам директора Центра агропродовольственной политики РАНХиГС Натальи Шагайды, вследствие действия продуктового эмбарго 30% российских семей не смогут обеспечить себя необходимыми продуктами питания. Неплатежеспособность россиян объясняется исчезновением определенного вида дешёвых продуктов, а также ростом цен на продукты питания [4].

Резюмируя вышесказанное, необходимо отметить сокращение внешне-торгового оборота Российской Федерации, сокращение импорта на 9% (в том числе на продовольствие). При этом, основные негативные тенденции в динамике импорта и экспорта пришлись на конец 2014 года, поэтому реальную отрицательную динамику мы будем констатировать уже по итогам 2015 года.

К сожалению, падение импорта сегодня слабо связано с его замещением, однако, в сложившейся ситуации есть и положительные моменты. Россия должна преодолеть данную сложившуюся ситуацию, встать на пути создания высокотехнологичной эффективной экономики. Для укрепления позиций отечественных производителей на мировых рынках и внутри страны необходимо

расширять источники конкурентного преимущества РФ за счет инвестиций и инноваций. Интенсивное развитие несырьевого экспорта должно стать для России значимым источником увеличения экономического роста, эффективного использования интеллектуальных, трудовых и материальных ресурсов.

#### **Список литературы:**

1. В России сокращается внешнеторговый оборот. URL:<http://www.tks.ru/reviews/2014/10/15/01>.
2. О текущей ситуации в агропромышленном комплексе Российской Федерации в декабре 2015 года. <http://www.mcx.ru/documents/document/show/15381.htm>.
3. Аузан А. Россия в 2020 году: какой сценарий будет выбран? // URL:<http://daily.rbc.ru/opinions/economics/22/12/2014/5494286c9a79478ed3c52da9>
4. Исследование РБК: как изменился импорт товаров в Россию. // URL: <http://daily.rbc.ru/special/economics/04/03/2015/54f041729a7947667810fad7>.

#### **РОЛЬ ВИРТУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РАЗВИТИИ ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ**

**Княжевский Илья Игоревич**  
*аспирант*

*Донецкого национального университета экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского*

#### **ROLE OF THE VIRTUAL ENTERPRISES IN DEVELOPMENT OF TRADE RELATIONS**

**Knyazhevsky Ilya Igorevich**  
*graduate*

*Donetsk National University of Economics and Trade  
Named After M. Tugan-Baranovsky*

#### **АННОТАЦИЯ**

В статье определены особенности развития мирового рынка и организационной структуры Интернет-Магазина; проведен анализ развития Интернет-Коммерции и определены категории онлайн-рынков; обоснованы этапы создания виртуальных предприятий

#### **ABSTRACT**

In article features of development of the world market and organizational structure of Online stores are investigated; the analysis of development of Internet Commerce is carried out and categories of the online markets are defined; stages of creation of the virtual enterprises are proved

**Ключевые слова:** развитие, отношения, торговля, рынки, виртуальные предприятия

**Keywords:** development, relations, trade, markets, virtual enterprises

**Актуальность темы.** На развитие новых организационных форм управления предприятием влияют глобальные тенденции развития современных рынков, такие как возрастающее значение качества товара, глобализация рынков, повышение важности стойких отношений с индивидуальными заказчиками, цены товара и степени удовлетворения потребителей, возрастающее значение степени применения новых коммуникационных и информационных технологий, включая виртуализацию предприятий.

**Изучение экономической литературы** показало, что вопросам развития внутренней торговли и современных взаимоотношений в ней, особенностям предприятий нового типа посвящены работы Азарян Е.М., Возияновой Н.Ю. [1]; Бугорского В.Н., Судакова С.С. [2]; вопросам технологии поддержки виртуальных предприятий, проектированию средств электронной коммерции, развитию сетевых интернет-коммуникаций – работы Калужского М.Л., Карпова В.В. [3], Кравченко В.И., Кравченко В.В. [4], Тарасова В. [5]. Однако, пока недостаточно изученным остаются вопросы, раскрывающие особенности и этапы развития виртуальных предприятий.

**Целью статьи** является исследование особенностей и этапов развития виртуальных предприятий.

**Основная часть.** Виртуальные предприятия, которые используют сетевые технологии, дают возможность организовать неразрывные информационные потоки за существенно меньшие деньги. Предприятиям больше не нужно владеть всей цепью поставок, так как они могут в полной мере воспользоваться знаниями и опытом партнеров, которые работают на отдельных участках цепи [2]. Всемирная сеть Интернет - стремительно возрастающая и очень перспективная среда для развития сетевой торговли. Количество пользователей Интернета на 1 января 2014 года составила 2802478934 чел. из общей популяции жителей мира 7181858619 чел. [6]. В настоящее время наблюдается коренная трансформация методов и приемов маркетинга, обусловленная особенностями сетевых интернет-коммуникаций. Это явление не только открывает новые возможности для продвижения товаров в сети, но и формирует принци-

пиально новую среду электронной коммерции [3]. Электронная коммерция является наиболее быстрорастущим элементом розничного рынка в мире.

Для Европы и северной Америки доля распространения Интернет в два раза больше, чем удельный вес население этих регионов в общей величине населения мира. В то же время в Африке наблюдается обратная картина. Для стран Азии, Латинской Америки и Среднего востока эти проценты почти одинаковые. Каждый из регионов характеризует свой онлайн-рынок. Онлайн-Рынки могут быть распределены на 3 категории: зрелые, полузрелые и незрелые. Зрелые рынки, такие как США, Великобритания и Германия, возрастают медленнее, в основном за счет роста количества интернет-покупок на каждого покупателя, или за счет продажи более дорогих товаров. Полузрелые рынки, такие как Франция, Нидерланды и Швеция, возрастают быстрее, привлекая больше пользователей, а также за счет частоты продажи товаров уже вовлеченным интернет-покупателям. Незрелые рынки, такие как Италия, Испания, Польша, Украина находятся в фазе преодоления структурных проблем в качестве их телекоммуникационных сетей, но они быстро развиваются, за счет, увеличивая количество интернет-покупателей среди населения, а также увеличения количества покупок на каждого покупателя [7].

Концепции виртуальных предприятий отличаются друг от друга видами применяемых информационных технологий, а также организационно-функциональным наполнением. Они могут быть самыми разными, как интернет-площадками, так и представлять собой полномасштабную производственную и логистическую систему, где связующим звеном между продавцами, покупателями и производителями выступает web-представительство. Функционирование новых высокопроизводительных предприятий, которые должны быть гибкими, открытыми для инноваций, ориентированные на клиента, можно обеспечить путем использования глобальных телекоммуникационных сетей и новых информационных технологий. Рост возможностей сетевого бизнеса и развитие глобальной информационной инфраструктуры могут сделать новый шаг в развитии экономики. Виртуальные предприятия и новые сетевые органи-

зационные структуры обладают преимуществами горизонтальных структур "матричным" стилем взаимодействия, они уже не ориентируются на "пирамиды" процессов бизнеса. Это позволяет экономить ресурсы, обеспечивать связи с внешними деловыми партнерами, которые постоянно обновляются, а также сокращать время реакции на новые запросы. Аутсорсинг (расширение контрактных отношений с другими организациями для выполнения работ) и простота подключения новых партнеров к деловым и производственным отношениям являются принципиальными отличиями новой экономики. Необходимо отметить, что объединенные усилия современных сетевых структур имеют большую эффективность, чем сумма их составных. Этапы создания виртуального предприятия приведено на рис. 1.



Рис. 1. Этапы создания виртуального предприятия (авторская разработка)



Нами установлено, что главным отличием сетевых форм управления от иерархических и рыночных - это продолжительность связей между агентами, которые не регламентируются вышестоящей властью. Функционирование виртуального предприятия вносит новые качества и преимущества в развитие торговых отношений: усиление на товарном и виртуальном рынке конкуренции, в том числе ценовой; организация сервиса для данного потребителя и ориентация исключительно на нужды клиента, который увеличивает спрос на продукцию виртуального предприятия; обеспечение комплексного обслуживания потребителей за счет установления и поддержки постоянных информационных контактов; создание групп по интересам, использование выгод от постоянного контакта с клиентом, который облегчает связь между ними и виртуальным предприятием, повышает ценность предлагаемой продукции и снижает затраты клиентов на ее использование; установление более надежных в сравнении с обычными рынками контактов между поставщиками услуг или товаров и потенциальными клиентами и потребителями.

**Выводы.** Виртуальные предприятия в отличие от традиционных существуют обычно в условиях краткой шкалы времени. За несколько лет они могут пройти все стадии развития и упадка, которые предприятия традиционной экономики проходят за десятилетия. Их роль носит интеграционный и объединяющий характер, проявляющийся в экономии ресурсов, обеспечении связи с постоянно обновляющимися внешними деловыми партнерами, а также сокращении времени реакции на новые запросы покупателей. Нами определены типы рынков и этапы развития виртуальных предприятий, что важно для организации их работы и управления ими.

#### **Список литературы:**

1. Азарян Е.М., Возиянова Н.Ю. Институционально-конвенциональные аспекты развития внутренней торговли // Актуальні Проблеми Економіки. № 10 (172), 2015. – С. 84-88.
2. Бугорский В.Н., Судаков С. С. Технологии поддержки виртуальных предприятий сетевой экономики//Прикладная информатика. Москва, 2006. Вып. 3.
3. Калужский М.Л., Карпов В.В. Сетевые интернет-коммуникации как инст-

- румент маркетинга // Практический маркетинг. - 2013. - № 2. - С. 32-39.
4. Кравченко В.И. Проектирование средств электронной коммерции для предприятия малого бизнеса / В.И. Кравченко, В.В. Кравченко // Экономика пром-сти. - 2009. - № 1. - С. 95-101.
  5. Тарасов В. Причины возникновения и особенности организации предприятия нового типа // Проблемы теории и практики управления, №1, 1998. С.87-90.
  6. Internet World Stats. URL: <http://www.internetworldstats.com/>
  7. Centre for Retail Research Website. URL: <http://www.retailresearch.org/>

## **КЛАССИФИКАЦИЯ ФАКТОРОВ И ПРИМЕНЕНИЕ PEST-АНАЛИЗА В ИССЛЕДОВАНИИ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ РЕГИОНА**

**Кочин Юри Александрович**

*кандидат технических наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**Бармина Элеана Эмильевна**

*кандидат медицинских наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**Кочинова Татьяна Викторовна**

*кандидат фармацевтических наук, доцент*

*Пермской государственной сельскохозяйственной академии*

*имени акад. Д.Н. Прянишникова*

## **CLASSIFICATION FACTORS AND APPLICATION PEST-ANALYSIS THE STUDY OF RETAIL TRADE TURNOVER IN THE REGION**

**Kochin Yuriy Aleksandrovich**

*candidate of technical sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

**Barmina Eleana Emilevna**

*candidate of medical sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

**Kochinova Tatiana Viktorovna**

*candidate of pharmaceutical science, Associate Professor*

*Perm ACADEMY them. akad. D. N. Pryanishnikov*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье представлен авторский подход к классификации факторов влияния на оборот розничной торговли региона, который позволяет изучить внутренние и внешние факторы. Приведены некоторые результаты PEST-анализа оборота розничной торговли Пермского края. Выявлены ключевые факторы и направления их устойчивого развития. В работе использованы методы экспертного опроса, статистической обработки данных.

### **ABSTRACT**

The article presents the author's approach to the classification of the factors of influence on turnover of retail trade in the region, which allows you to examine the internal and external factors. Some results PEST analysis of retail trade turnover the Perm region. Identified key factors and trends of their sustainable development. The

expert poll used the methods of statistical processing of the data.

**Ключевые слова:** PEST-анализ, классификация факторов, оборот розничной торговли региона.

**Keywords:** PEST-analysis, classification of the factors, the volume of retail trade in the region.

Оборот розничной торговли (розничный товарооборот) есть объем продажи товаров и оказания услуг населению для личного, семейного, домашнего использования [1]. Оборот розничной торговли является важнейшим показателем для национальной экономики, т.к. характеризует обеспеченность населения товарами, а также отражает уровень востребованности продукции отечественного производства на рынках. Выручка от оборота промышленного и сельскохозяйственного производства обеспечивает дальнейшие вложения в их развитие, поэтому рост продаж в наибольшей степени определяет возможности и стимулирует развитие данных отраслей [11, с. 212].

Оборот предприятий розничной торговли на региональном уровне также является одним из основных показателей, применяемых для оценки социально-экономического положения при характеристике структуры и масштаба потребительского рынка. Объем продаж существенно влияет на оборот денежной массы, определяет бюджетные поступления и динамику некоторых других макроэкономических показателей.

Анализ оборота розничной торговли проводят по различным направлениям в зависимости от поставленных задач: анализ состава и динамики, регулярности и ритмичности товарооборота, структурный и факторный анализ.

Знание факторов торговли, умение определять их влияние позволяют воздействовать на уровень оборота розничной торговли посредством управления факторами, создать механизм поиска резервов. При использовании факторного метода вначале изучают влияние различных факторов на объем и структуру товарооборота, затем - связи между факторами и отбирают наиболее значимые из них, оказывающие максимальное влияние на изменение объема реализации.

Факторы в анализе товарооборота классифицируют по различным при-

знакам. Классическая теория анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий торговли предполагает деление факторов по ряду признаков: например, по природе: факторы природно-климатические, социально-экономические и производственно-экономические; по степени воздействия на результаты: факторы основные и второстепенные; по отношению к объекту исследования: факторы внутренние и внешние и т.д. [9, с. 31].

В процессе экономического факторного анализа товарооборота все факторы объединяют по группам: товарные и трудовые ресурсы, а также количество и эффективность использования основных средств [11, с. 238].

При проведении стратегического анализа выделяют две составляющие: анализ внутреннего ресурсного потенциала отрасли и анализ факторов внешней окружающей среды [10, с. 26].

На основе анализа данных исследований нами предложена авторская классификация факторов, влияющих на оборот розничной торговли региона (рис. 1). В данной классификации внутренний потенциал характеризуют внутриотраслевые факторы, действующие на микроуровне. Для более объективной оценки факторов внешней окружающей среды нами введены два уровня: макроуровень и мезоуровень (соответственно государственный и региональный).

При исследовании товарного обеспечения товарооборота рассматривают остатки товаров на начало и окончание рассматриваемого периода, поступление и выбытие товаров, связанное с уценкой, естественной убылью, товарными потерями.

Факторами второй группы могут быть обеспеченность рабочей силой, ее квалификация, количество рабочих мест, показатели рабочего времени (начало, продолжительность, окончание) и уровень производительности труда. В этом случае наиболее интенсивными факторами являются постоянное повышение производительности труда, и рациональное использование рабочего времени, которые достигаются, прежде всего, четкой организацией труда.

Анализ основных средств предполагает исследование производственных фондов, величины и эффективности использования торговых площадей. Эти

факторы воздействуют на величину продаж посредством существенного влияния на рациональность товародвижения, на условия хранения товаров, автоматизацию учета товаров и расчетов с покупателями, интенсивность и качество торгового обслуживания.

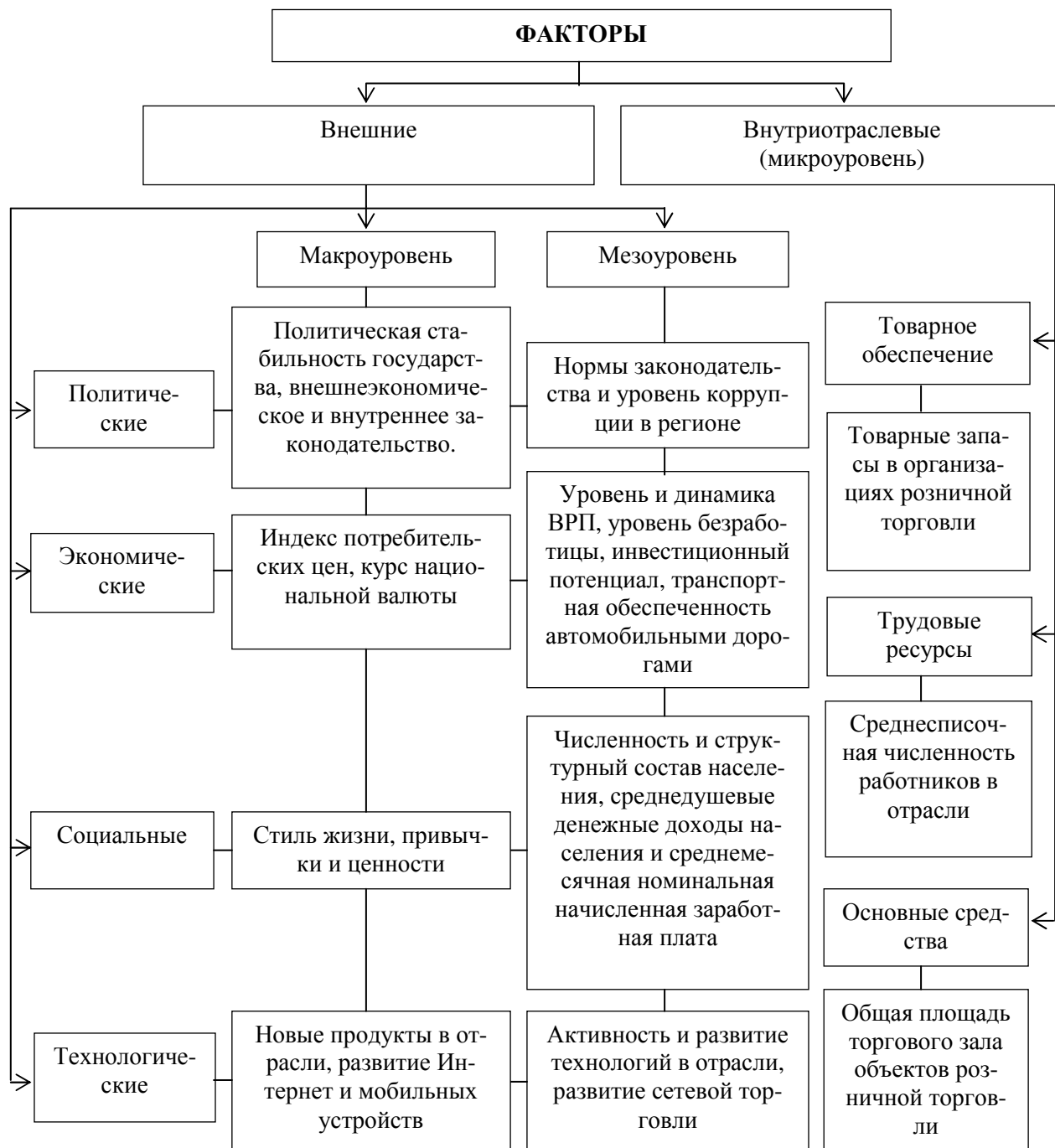


Рис. 1. Классификация факторов, влияющих на оборот розничной торговли региона

При анализе оборота розничной торговли на региональном уровне в качестве внутренних факторов предложено рассматривать показатели, находящие отражение в сборниках Федеральной службы государственной статистики по

Пермскому краю: товарные запасы в организациях розничной торговли, среднесписочная численность работников в отрасли, число хозяйствующих субъектов и общая площадь торгового зала объектов розничной торговли [8].

Исследование внешней среды наиболее часто выполняют с помощью методики PEST-анализа, как универсального метода оценки групп факторов: политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological).

Политические факторы подлежат анализу т.к. государство в рыночной экономике выступает регулирующим и контролирующим звеном. Особенно важны для торговой отрасли политическая обстановка, законодательство и тенденции его изменения, налоговая и бюджетная политика, ограничения в ценообразовании и пр. Следует отметить также, что большинство факторов тесно переплетено как на общегосударственном, так и на региональном уровне.

Анализ экономической среды важен, т.к. она находится в состоянии постоянных динамических изменений, которые могут иметь как позитивные, так и негативные последствия на деятельность торговых предприятий.

Социальные факторы оказывают непосредственное влияние на объём розничной продажи товаров и в свою очередь зависят от политической ситуации в стране и её экономического развития. Снижение жизненного уровня населения и доходов населения приводят к сокращению размера продаж и ухудшению их структуры.

Процесс изучения технологической составляющей позволяет своевременно определить те возможности, которые открывает развитие науки и техники для торговой отрасли. Технические новинки позволяют увеличить пропускную способность магазина, совершенствовать методы продажи товаров, повысить производительность труда торговых работников, что, в свою очередь, приводит к росту товарооборота.

Поскольку число факторов внешней среды достаточно велико, в работе их количество ограничено только теми, которые на наш взгляд оказывают прямое и существенное влияние на деятельность отрасли розничной торговли региона.

PEST-анализ проводили экспертным методом, при этом экспертами выступали преподаватели Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова [7].

В качестве базовой методики применяли схему проведения PEST-анализа, предложенную Д.В. Арутюновой, в соответствии с которой на первом этапе эксперты оценивали значимость отдельного фактора путем присвоения ему определенного веса и давали оценку степени влияния каждого фактора на оборот розничной торговли региона. На втором этапе определяли взвешенные значения факторов, полученные путем умножения веса фактора на степень его влияния. В заключении формировали профиль среды - устанавливали взвешенные значения факторов с учетом как положительного, так и негативного направления влияния [3, с. 27].

Согласованность мнений экспертов оценивали при помощи коэффициента конкордации, который определяли с учетом наличия связанных рангов (оценок). Статистическую значимость значения коэффициента проверяли по критерию Пирсона  $\chi^2$  (хи-квадрат) [2, с. 442].

В результате расчетов получено: для взвешенных значений без учета направления влияния факторов значение коэффициента конкордации  $W=0,88$ ; при учете направления влияния  $W=3,52$ , что превышает возможное максимальной значение  $W_{max}=1$ . Значение критерия Пирсона в первом случае равно 202,4 при этом табличное значение критерия Пирсона  $\chi^2 = 41,64$  для уровня значимости  $\alpha=0,01$ . Таким образом, для варианта оценки взвешенных значений без учета направления влияния факторов выполнены неравенства:  $W > 0,5$  и  $\chi^2_{расч.} > \chi^2_{табл.}$ , следовательно, выводы экспертов согласованы и сходятся в оценке факторов. Для второго варианта, где эксперты учитывали направление влияния факторов, оценка согласованности их мнений коэффициентом конкордации неприемлема.

Полученные после обработки анкет результаты взвешенных оценок факторов приведены в таблице 1. Порядок расположения факторов внутри группы установлен по мере убывания их абсолютного значения, полученного без учета направленности влияния в соответствии с приведенной методикой.

Таблица 1

**Экспертная оценка факторов влияния на оборот розничной торговли**

Группа факторов	Название фактора	Среднее арифметическое взвешенного значения		Ранжирование факторов	
		без учета направления влияния	с учетом направления влияния	без учета направления влияния	с учетом направления влияния
1	2	3	4	5	6
Внутриотраслевые факторы розничной торговли региона	Число хозяйствующих субъектов, осуществляющих розничную торговлю	32,50	32,50	4	2
	Среднегодовые товарные запасы в организациях розничной торговли	28,70	24,70	7	7
	Общая площадь торгового зала объектов розничной торговли	23,60	23,60	11-12	9
	Среднесписочная численность работников в отрасли	12,10	10,30	24	22
Политические факторы	Федеральное, в т.ч. налоговое законодательство в отрасли	28,90	28,90	6	5
	Региональное законодательство (налоговое, регулирующее и пр.)	27,30	27,30	8	6
	Уровень коррупции в регионе	20,70	-13,10	14	21
	Политическая стабильность государства	19,90	19,90	16-17	11-12
	Внешнеэкономическое законодательство	18,30	18,30	21	15
Экономические факторы	Индекс потребительских цен	32,60	-4,60	3	23
	Транспортная обеспеченность автомобильными дорогами региона	24,80	19,80	10	13
	Курс национальной валюты	21,70	1,30	13	24
	Уровень и динамика ВРП	18,60	15,60	19	18
	Инвестиционный потенциал отрасли	18,50	16,90	20	16
	Уровень безработицы в регионе	16,00	-14,20	23	19
Социальные факторы	Среднемесячная номинальная начисленная плата	37,00	33,00	1	1
	Среднедушевые денежные доходы населения в месяц	35,20	31,20	2	4
	Численность населения	24,90	23,70	9	8
	Стиль жизни, привычки и ценности	20,10	14,10	15	20
	Состав населения по гендерному и возрастному признаку	16,30	16,30	22	17
Технологические факторы	Уровень развития сетевой торговли	31,90	31,90	5	3
	Развитие Интернет и мобильных устройств (электронной торговли)	23,60	22,00	11-12	10
	Активность и развитие технологий	19,90	19,90	16-17	11-12
	Новые продукты в отрасли	18,90	18,90	18	14



Ведущее место по степени влияния на величину оборота розничной торговли занимают социальные факторы. Внутри группы определяющее значение имеют показатели уровня жизни (среднемесячная номинальная начисленная плата и среднедушевые денежные доходы населения) и численности населения.

Следует отметить, что среднее арифметическое значение экспертных оценок среднемесячной номинальной начисленной платы стало максимальным среди всех анализируемых факторов. Зависимость оборота розничной торговли Пермского края от величины заработной платы в 2006-2011 гг. была установлена нами ранее в виде уравнения регрессии  $Y=0,0077X-9,214$  с утверждением, что уравнение возможно применять при прогнозировании оборота розничной торговли региона [5].

Незначительное расхождение между фактическими и расчетными значениями оборота розничной торговли региона в 2012-2014 гг. (рис. 2) может быть объяснено усиливающимся влиянием других факторов, например, повышением индекса потребительских цен, снижением курса национальной валюты и др.



Рис. 2. Влияние среднемесячной начисленной заработной платы на оборот розничной торговли Пермского края

Вторую позицию по степени влияния на оборот розничной торговли занимают внутриотраслевые факторы, что, на наш взгляд обусловлено их спецификой – именно внутренним характером, принадлежностью к отрасли. Опреде-

ляющими в группе эксперты назвали число хозяйствующих субъектов и среднегодовые товарные запасы в отрасли, а наименее значимым фактором – среднесписочную численность работников, что противоречит характеру изменения статистических значений показателей (табл. 2). Так оборот розничной торговли в 2013-2014 гг. возрастает при уменьшении числа хозяйствующих субъектов. Уменьшение числа субъектов бизнеса с одновременным увеличением торговых площадей и численности работников свидетельствует о росте концентрации капитала в отрасли и вытеснении с рынка малых предприятий, объектов нестационарной торговли.

Таблица 2

**Внутриотраслевые факторы  
оборота розничной торговли Пермского края [8]**

<b>Фактор</b>	<b>2010 г.</b>	<b>2011 г.</b>	<b>2012 г.</b>	<b>2013 г.</b>	<b>2014 г.</b>
Оборот розничной торговли – всего, млн. рублей	316149,3	365876,0	401727,1	453294,5	487372,8
Число хозяйствующих субъектов, осуществляющих розничную торговлю	29542	33303	36519	35757	33127
Товарные запасы в организациях розничной торговли (на конец года): всего, млн. рублей	5730,3	6867,1	8248,5	9749,8	12455,4
Общая (суммарная) площадь торгового зала объектов розничной торговли, тыс. м <sup>2</sup>	1430,6	1537,9	1634,1	2894,2	4277,7
Среднесписочная численность работников в отрасли, чел	33,57	47,26	36,85	40,42	42,80

В связи с этим в воздействии внутриотраслевых факторов на оборот розничной торговли существенную роль играет государственное и региональное законодательство, которые эксперты признали определяющими при анализе политических факторов.

Значительное влияние на оборот розничной торговли в регионе на современном этапе оказывают технологические факторы, что обусловлено уровнем развития техники и технологий, в том числе интернет-технологий в розничной торговле. Внутри группы эксперты на первое место поставили «уровень развития сетевой торговли» независимо от направления влияния.

На сегодняшний день в Пермском крае свою деятельность осуществляют

11 крупных международных, федеральных и региональных сетей, их краткая характеристика представлена в таблице 3. Практически ежеквартально такие сети как «Магнит», «Пятерочка» открывают новые магазины, и доля сетевых компаний в обороте розничной торговли региона имеет неизменную тенденцию роста [6].

Таблица 3

**Перечень сетевых магазинов г. Пермь и Пермский край [6]**

<b>Название сети магазинов, статус</b>	<b>Формат, наличие РЦ (распределительного центра)</b>	<b>Кол-во магазинов</b>	<b>Доля на рынке по количеству магазинов, %</b>
ООО «Семья», региональная сеть	Гипермаркет, супермаркет, доля поставок с РЦ не более 40%	43	12,1
ООО «Виват-Трейд», федеральная сеть (зарегистрирована в Перми)	Гипермаркет, супермаркет, РЦ	98	27,5
ЗАО «Тандер», федеральная сеть «Магнит»	Гипермаркет, дискаунтер, РЦ	88	24,7
X5 Retail Group, сеть магазинов «Перекресток», «Пятерочка»	Гипермаркет, дискаунтер, РЦ	66	18,5
Региональная сеть магазинов «Захоти»	Магазины шаговой доступности	39	11,0
Прочие сети	Гипермаркет, супермаркет	22	6,2
<b>ИТОГО:</b>		<b>356</b>	<b>100</b>

На региональном рынке сегодня развивается значительное количество предприятий торговли, в том числе крупных форматов, таких как гипермаркеты и торгово-развлекательные центры, имеющие сетевую принадлежность регионального, федерального или международного уровня. К характеристике предприятий данной группы следует отнести наличие значительных торговых площадей, организацию продажи универсального ассортимента продовольственных и непродовольственных товаров разных производителей, в том числе известных торговых марок и брендов, с использованием различных методов продажи. Также к особенностям организации работы таких предприятий относится организация широкого ассортимента услуг покупателям, а также наличие интернет-сайта [4].

Технологические факторы существенно влияют на такую структурную

составляющую предприятий розничной торговли, как единство используемых технологий. Распространенные на определенном историческом этапе технологии постепенно вытесняют принятые ранее и становятся доминирующими. Например, применение штрихового кодирования товаров позволило полностью автоматизировать процесс управления движением товаров от момента их поступления в магазин до продажи покупателю, сократить время и повысить качество обслуживания покупателей, существенно улучшить финансово-коммерческую деятельность торговых предприятий. Развитие интернет-технологий, наличие собственных сайтов предприятий региональной розничной торговли также оказывает влияние на развитие товарооборота региона [4].

Анализ данных, полученных в результате опроса, позволяет судить о меньшем влиянии экономических факторов. Это произошло вследствие выделения в отдельную группу внутриотраслевых факторов, которые по своей природе являются экономическими. При рассмотрении экономических факторов у экспертов возникли наибольшие расхождения в оценке их влияния, особенно когда учитывали положительное или негативное направление влияния. Так фактор «индекс потребительских цен», отражающий уровень инфляции, занимает третью позицию при ранжировании факторов без учета направления и переходит в конец списка при учете направления влияния.

Проведенное исследование позволило классифицировать, провести анализ и спрогнозировать тенденции в развитии факторов, влияющих на оборот розничной торговли региона. Применение PEST-анализа в исследовании способствовало синтезу статистического анализа показателей и тенденций их развития и стратегической оценки внешней среды, что позволяет оценить влияние социально-экономической системы региона как внешней среды на отрасль розничной торговли.

#### **Список литературы:**

1. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения. - М.: Стандартинформ, 2014.
2. Айвазян С.А., Мхитарян В.С. Теория вероятностей и прикладная статистика. – 2-е изд., испр. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 656 с.

3. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. - Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. - 122 с.
4. Бармина Э.Э. Развитие систем электронной торговли торгово-развлекательных комплексов города Перми. [Электронный ресурс] / Электронный научный журнал «Актуальные вопросы современной науки». - 2013 – № 1, стр. 20-26, - Режим доступа: <http://www.pief.ru/?id=277>
5. Кочинов Ю.А., Кочинова Т.В. Использование регрессионных моделей в прогнозировании оборота розничной торговли региона [Электронный ресурс] / Электронное научно-практическое периодическое издание «Экономика и социум». - 2015. – Вып. 6. - Режим доступа: <http://www.iupr.ru>.
6. Лукашина Е.В., Лукашин М.С. Оценка инновационного потенциала региональных розничных сетей [Электронный ресурс] / Электронное научно-практическое периодическое издание «Экономика и социум». - 2015. – Вып. 6. - Режим доступа: <http://www.iupr.ru>.
7. Орлов А.И. Современный этап развития теории экспертных оценок - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://orlovs.pp.ru/diff/antorlov/expertoc.htm>.
8. Официальный сайт территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://permstat.gks.ru/>.
9. Савицкая Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г.В. Савицкая. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 607 с.
10. Стратегический менеджмент / под ред. Петрова А.Н. – СПб.: Питер, 2007.
11. Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристский бизнес: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / В.А. Чернов; под ред. М.И. Баканова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 639 с.

**АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ КЛАСТЕР –  
ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА РЕАЛИЗАЦИИ  
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ ПЕРМСКОГО КРАЯ**

**Кузнецов Павел Александрович**

*кандидат экономических наук, доцент*

*Пермского национально исследовательского политехнического университета*

**AGRO-INDASTRIAL CLUSTER – AN EFFECTIVE SYSTEM  
OF AGRICULTURAL PRODUCTS PERM REGION**

**Kuznetsov Pavel Aleksandrovich**

*candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

*Perm National Research Polytechnic University*

**АНОТАЦИЯ**

Каждого потребителя нашей страны интересуют вопросы конечной стоимости сельскохозяйственной продукции на прилавках магазинов, торговых сетей и других оптово-розничных структур - вот почему важен кластерный подход создающий основу интеграции. В условиях глобализации для повышения

эффективности деятельности организаций и оптимизации процессов производства, переработки и распределения сельскохозяйственной продукции необходимо создавать такого рода структуры как агропромышленный кластер.

### **ABSTRACT**

Every customer of our country interested in the issues the final cost of agricultural products on the shelves of stores, retailers and other wholesale and retail structures - that's why is important cluster approach creates the basis for integration. In the context of globalization to improve organizational effectiveness and optimize the processes of production, processing and distribution of agricultural products is necessary to create such structures as the agro-industrial cluster.

**Ключевые слова:** агропромышленный кластер, продовольственная безопасность, импортозамещение.

**Keywords:** Agro-industrial cluster, food security, import substitution.

Сельскохозяйственные территории такого региона как Пермский край и прилегающие территории других регионов Приволжского и Уральского федеральных округов обладают существенными природными и сельскохозяйственными богатствами, что, так или иначе, говорит о высоком потенциале региона.

Если на минуту задуматься и более детально подумать об этом, то становится видно, что Пермский край обладает большими возможностями, при более полном, рациональном и эффективном использовании своих ресурсов, а также может обеспечить устойчивое многоотраслевое развитие, полную занятость трудоспособного населения. При этом создать высокий уровень и качество жизни местного населения, обеспечивая продовольственную безопасность.

Но как это, ни странно, Пермский край покрывает свои спрос и потребности предложением других регионов, не говоря о поставках других стран. Даже в ближайшей перспективе не сможет полностью обеспечить свою продовольственную безопасность, и вынужден будет прибегать к снабжению с других регионов и за счет импорта соседних стран.

Правительство Пермского края на протяжении последних лет реализует большой комплекс мер, направленный на развитие инфраструктуры агропромышленного комплекса региона, в частности животноводства и растениеводства. Также на уровне государства принят базовый документ – Доктрина продовольственной безопасности. В данном документе прописаны основополагаю-

щие установки, которые определяют долгосрочную политику развития агропромышленного комплекса нашей страны. Целью данного проекта является вопрос импортозамещения на рынках сельскохозяйственной продукции при полной поддержке государства [1].

В процессе реализации доктрины видно, что на данный момент ряд показателей достигнуты, но в целом потребительский рынок России погрузился в состояние размытого кризиса по ряду продуктовых групп и с каждым периодом времени, наращивая свои возможности, по средствам не оценённого потенциала внутренних резервов и выходит на должный уровень.

Несомненно, Пермский край сыграет свою роль в продовольственном комплексе, который пока полностью или частично зависит от ввоза большого количества как сельскохозяйственного, так и животноводческого сырья.

Для повышения эффективности развития аграрного сектора Пермского края необходимо наладить рациональную схему производства, переработки и реализации сельскохозяйственной продукции по принципу «без посредников» по низкой цене, что, так или иначе, простимулирует развитие отрасли.

В Пермском крае сложилась уникальная ситуация, когда есть все ресурсы для концентрации усилий и создания новых инфраструктур: производственные, научно-исследовательские, инновационные и технологические, для объединения их в агломерацию с организацией в дальнейшем единой площадки по производству, переработке и реализации сельскохозяйственной продукции. В Пермском крае сосредоточены организации, работающие в агропромышленном комплексе - это крупные сельскохозяйственные производства Пермского края, Пермская государственная сельскохозяйственная академия имени академика Д.И. Прянишникова, а также другие ВУЗы Пермского края и другие не менее значимые организации. Но при всех положительных моментах и при всем этом разнообразии, имеет место быть проблема во взаимодействии между этими организациями.

Замечательным примером может являться ряд проектов, которые были созданы при поддержке правительства Москвы и Санкт-Петербурга: Агрокла-

стер «Фуд Сити» и Агрополис «Северо-Запад». В основе этих инфраструктур лежит колоссальный европейский опыт таких стран как Франция, Германия, Испания, позволяющий создавать иные системы распределения при минимальной себестоимости сельскохозяйственной продукции. Такая инфраструктура обеспечивает:

- содействие в обеспечении продовольственной безопасности России.
- создание и укрепление взаимосвязей между структурами и отраслями;
- создание новых предприятий, поддержка существующих и привлечение новых компаний;
- регулирование рынка сельскохозяйственной продукции и привлечение инвестиций в отрасль;
- поддержка и развитие малого и среднего бизнеса;
- обеспечение занятости населения;
- разработку и внедрение новых технологий по производству и переработке сельскохозяйственной продукции;
- доступность свежей сельскохозяйственной продукции в широком ассортименте;
- торговля «без посредников» напрямую с колес минуя большое количество торговых посредников.

При реализации такого рода проектов необходимо прописать основополагающие процессы создания инфраструктуры:

- 1) уточнение нормативно-правовой базы на всех уровнях реализации проекта как на Федеральном уровне (проект Стратегии инновационного развития агропромышленного комплекса Российской Федерации на период до 2020 года), так и на уровне субъекта Российской Федерации.
- 2) На основе нормативной базы должна быть доработана Концепция развития агропромышленного комплекса Пермского края на долгосрочный период, где проработаны вопросы потребности спроса и предложения Пермского края в объемах производства и переработки сельскохозяйственной продукции, потребность в трудовых ресурсах и их квалификация,



с возможностью обеспечения образовательных услуг на базе агропромышленного кластера. А также обеспечение новыми технологиями по производству, переработке, обеспечению сохранности сельскохозяйственной продукции, и определение объема инвестиций в это оборудование.

3) Затем необходимо сформировать структуру, учитывая мульти кластерный подход, где будет заложена основа структуры и технологии, а также механизм реализации агропромышленного кластера. В структуру должны входить:

- Административная составляющая;
- Инновационный центр – центр развития;
- Технологический центр – центр развития производств сельскохозяйственной продукции;
- Центр переработки;
- Центр торговли.

Агропромышленный кластер на территории Пермского края позволит нам достичь конечной цели, необходимой потребителю – рентабельного производства, низкой по стоимости переработки и реализации сельскохозяйственной продукции производства.

Создание такой инфраструктуры как агропромышленный кластер будет способствовать развитию не только отрасли, Пермского края, но и АПК страны, оказывая положительное влияние на продовольственную безопасность нашей страны.

#### **Список литературы:**

1. Указ Президента РФ от 30.01.2010 N 120 "Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации".

## **К ВОПРОСУ О ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ**

**Локтев Эдуард Михайлович**

*кандидат экономических наук, профессор  
Донецкого национального университета экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского*

**Саркисян Лев Григорьевич**

*кандидат экономических наук, профессор  
Донецкого национального университета экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского*

## **TO THE QUESTION OF IMPROVING THE EFFICIENCY OF USE OF RETAIL TRADE NETWORK**

**Loktev Eduard Mikhailovich**

*candidate of economic Sciences, Professor  
Donetsk National University of Economics and Trade  
Named After M. Tugan-Baranovsky*

**Sargsyan Lev Grigorievich**

*candidate of economic Sciences, Professor  
Donetsk National University of Economics and Trade  
Named After M. Tugan-Baranovsky*

### **АННОТАЦИЯ**

Цель статьи является определение основных элементов торгово-технологического процесса, влияющих на повышение эффективности использования розничной торговой сети, на основе экономико-математические расчеты. Разработаны направления совершенствования торгово-технологических процессов, способствующие росту эффективности использования розничной торговой сети.

**Ключевые слова:** розничная торговая сеть, предприятие торговли, эффективность, торговое обслуживание, продовольственная торговая сеть.

### **ABSTRACT**

The purpose of this article is to define the basic elements of trading-technological process, affecting the efficiency of retail trade network, but the basis of economic-mathematical calculations. Developed directions of improvement of technological processes, enhancing the efficiency of retail trade networks.

**Key words:** retail trade network, trading company, efficiency, trading services, food trading network.

Под эффективностью понимают соотношение результата, который достигается за счет выполнения отдельных технологических или технических операций с затратами материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Эффективность в торговле может оцениваться также дополнительной суммой товарооборота валового дохода, прибыли, снижением суммы издержек обращения, а также улучшением

условий труда и повышением уровня культуры обслуживания. Для анализа эффективности использования материально-технической базы торгового предприятия в целом и торговых площадей в частности могут использоваться различные показатели, основными среди них являются: объем розничного товарооборота, сумма валового дохода, прибыль, количество обслуживаемых покупателей в течение рабочего дня, количество сделанных покупок, товарооборот на 1м<sup>2</sup> торговой площади, товарооборот на одного работника (производительность труда), прибыль на 1м<sup>2</sup> и на одного работника, а также уровень культуры (качество) торгового обслуживания потребителей в розничном торговом предприятии.

На эффективность использования розничной торговой сети влияют следующие факторы:

- Использование в практике торгового обслуживания современных форм (методов) продажи товаров – самообслуживание, торговля по образцам, торговля по заказам, Интернет-торговля. Эти формы по сравнению с индивидуальной формой обслуживания (через прилавок) позволяют разместить в торговом зале значительно больший товарный ассортимент, увеличить пропускную способность торгового предприятия, сократить затраты времени покупателей на приобретение товаров повседневного спроса и улучшить качество торгового обслуживания. Анализ работы розничной торговой сети магазинов "Обжора" города Донецка, проведенное с целью определения эффективности розничной продажи товаров методом самообслуживания, указывает на значительные повышения товарооборота отдельных товарных групп (хлебобулочные изделия, кондитерские изделия, бакалейные товары). При этом затраты времени покупателей на приобретение комплексных покупок сократились на 30%, а пропускная способность предприятия увеличилась на 20%. Значительный эффект в виде увеличения товарооборота на 1м<sup>2</sup> и на одного работника обеспечивается при использовании в розничной продаже торговли по заказам по каталогам. Использование данной формы розничной продажи в магазинах по реализации мебели, сантехнических изделий, строительных товаров и др. обеспечивает более полное удовлетворение спроса, и при постоянных торговых площадях и численности работников способствует росту товарооборота и доходов розничного торгового предприятия.

- Эффективность использования торговых площадей во многом зависит от рационального размещения предприятий торговли на территории города. Выбор места расположения магазина с учетом его торговой площади и ассортиментного профиля в значительной степени влияет на эффективность работы розничного торгового предприятия. Важным фактором при построении торговой сети, которая реализует товары повседневного спроса, является максимальное приближение магазинов к потребителям и равномерное размещение в жилых зонах города. При этом размер торговой площади магазинов увеличивается по мере роста контингента обслуживаемого населения. Однотипные по ассортиментному профилю магазины, расположенные в различных зонах города (жилой массив, транспортная магистраль, центральная часть), имеют значительные отклонения основных показателей эффективности работы. Имеющиеся данные исследования показателей работы магазинов типа "Гастроном" свидетельствуют, что товарооборот на 1м<sup>2</sup> на 1 работника в магазинах центрально-городской зоны на 30-50% выше, чем в розничных торговых предприятиях жилой зоны.

- Повышение эффективности использования торговых площадей может быть обеспечено за счет увеличения площади торгового зала в общей площади магазина. Действующая практика массовой реконструкции предприятий городской торговой сети в рыночных условиях раскрыла значительные резервы увеличения торговых площадей магазинов за счет сокращения других функциональных помещений магазинов (помещений для хранения, административных и подсобных). Такое положение особенно актуально в магазинах встроенных в жилые дома, где торговые площади имеют ограниченный удельный вес (до 40%) в общей площади магазинов. Увеличение площади торгового зала обеспечивает расширение товарного ассортимента, увеличение количества услуг, предоставляемых потребителям (кафетерии, предварительные заказы, зоны отдыха и др.), что способствует формированию привлекательности торгового предприятия и росту основных показателей его торгово-оперативной деятельности.

- На эффективность использования торговой площади магазинов значительное влияние оказывают значения установочной и демонстрационной площади, которые определяется величиной соответствующих коэффициентов. Оптимальное

значение этих показателей зависит от использованных форм продажи товаров и интенсивности потребительских потоков. При использовании самообслуживания эти показатели должны иметь следующие величины: коэффициент установочной площади ( $K_{ис}$ ) должен быть равен 0,30-0,32, коэффициент демонстрационной площади ( $K_{дем}$ ) должен составлять 0,72-0,75. Для крупных универмагов и супермаркетов, где наблюдается высокая интенсивность потребительских потоков и необходимо иметь большие основные проходы в торговом зале, а также для магазинов, использующих индивидуальную форму продажи товаров, коэффициент установочной площади может быть уменьшен до значения 0,27-0,30. При этом демонстрационная площадь может быть увеличена на счет использования более объемного торгово-выставочного оборудования и высоты стеллажей в супермаркетах. Кроме того, в этих магазинах демонстрационная площадь может быть увеличена за счет широких полок (до 0,6 м) этих стеллажей.

- К важным факторам повышения эффективности использования торговых площадей относится разработка оптимального режима работы магазина, с учетом его ассортиментного профиля и места расположения на территории города (жилая зона, центральная часть города, автотранспортная магистраль). Установленный режим работы должен обеспечить улучшение использования календарного рабочего времени, который измеряется коэффициентами сменности и непрерывности. Этот фактор должен быть максимально использован, т.к. анализ работы отдельных магазинов, размещаемых за пределами центральной городской зоны, свидетельствует, что они не могут обеспечить максимального использования пропускной способности. Длительность рабочего дня этих магазинов должна корректироваться с учетом сезона путём сокращения рабочего дня в зимний период и его увеличения в летний период. Кроме того, несмотря на то, что большинство магазинов переходят на режим работы без перерыва, отдельные торговые предприятия, особенно в городах областного подчинения, работают с перерывом, что создаёт неудобства для отдельных категорий покупателей. Правильный выбор форм специализации розничной торговой сети в значительной мере влияет на эффективность использования торговой площади. Анализируя этот фактор необходимо учитывать особенности спроса на продовольственные и непродовольственные товары. Так, в тор-

говле продовольственными товарами, для которых основным условием покупок потребителем является комплексность ассортимента товаров повседневного спроса, поэтому для них удобнее приобретать данные товары в магазинах с универсальным ассортиментом. В связи с этим такие магазины как супермаркеты, универсамы наиболее привлекательны для основной массы покупателей. Данные выборочных обследований торговой сети специализированных и универсальных магазинов по реализации продовольственных товаров свидетельствуют, что товарооборот на 1м<sup>2</sup> торговой площади в универсальных магазинах на 10-15% выше, чем в специализированных по аналогичным товарным группам. Поэтому специализация продовольственной торговли должна быть ограниченной и использоваться только при реализации отдельного ассортимента товаров (рыба, рыбные товары, мясо, мясные товары, табачные изделия, кондитерские товары). Иной подход необходимо использовать при специализации непродовольственных магазинов, где основными условиями осуществления покупок для потребителей является глубина внутригруппового ассортимента и количество разновидностей отдельных товарных групп. Практика торговли и анализ работы непродовольственных магазинов свидетельствует о высокой эффективности использования торговых площадей в магазинах с товарно-отраслевой и комплексной специализацией. Товарооборот в расчёте на 1м<sup>2</sup> торговой площади в этих магазинах на 25-40% выше, чем вне специализированной торговой сети.

- Увеличение товарооборота, которое отражается на повышении эффективности использования торговых площадей, может быть обеспечено за счёт организации кафетериев в магазинах различной специализации, размещаемых в местах формирования миграционных потоков потребителей, в зонах концентрации учебных заведений, различных административных учреждений, остановках общественного транспорта. Особенно эффективно работа кафетериев в продовольственных магазинах, т.к. их ассортимент в основном включает молочные товары, кондитерские изделия, напитки, продукцию гриль, которые имеются в наличии в ассортименте магазина и не требуют дополнительных затрат на приёмку или производство.

Таким образом, указанные факторы, оказывают значительное влияние на

повышение эффективности использования торговых площадей магазинов, но в дальнейшем они могут быть дополнены с учётом типа магазина, его ассортиментного профиля, места размещения и масштабов деятельности. К ним можно отнести обеспечение возможности парковки личного автотранспорта, наличие широкой рекламы подробной информации о товарах, услугах, предлагаемых в ассортименте торговых предприятий, организация зон отдыха и детских развлечений, приём предварительных заказов.

#### **Список литературы:**

1. Азарян Е.М., Локтев Э.М., Олифиров В.П. Организация и технология торговли (учебник). – Донецк, 2015.
2. Брагин Л.А., Данько Т.Н. Торговое дело: маркетинг, организация, экономика. – М.: ИНФРА-М, 2010.
3. Бакунов А.А., Фролова Л.А., Шаруга Л.В. Экономика предприятия. – Донецк, 2014.

### **АНАЛИЗ МЕТОДИК ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

**Лукашина Елена Вениаминовна**

*кандидат экономических наук, заведующая кафедрой  
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**Лукашин Максим Сергеевич**

*старший преподаватель  
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

### **ANALYSIS OF METHODS OF ESTIMATION OF INNOVATIVE POTENTIAL OF TRADE ORGANIZATIONS**

**Lukashina Elena Veniaminovna**

*candidate of economic Sciences, head of the Department  
Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

**Lukashin Maxim Sergeevich**

*senior lecturer  
Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

#### **АННОТАЦИЯ**

В статье проведен анализ методик оценки инновационного потенциала торговых организаций. Авторами представлены подходы и критерии оценки инновационного потенциала на уровне страны и коммерческой организации. По имеющимся методикам сделаны выводы о их преимуществах и недостатках, особенностях применения.

#### **ABSTRACT**

In the article the analysis of methods of estimation of innovative potential of trade organizations. The authors present the approaches and criteria of estimation of innovative potential at the level of country and commercial organizations. According

to available techniques conclusions about their advantages and disadvantages, the characteristics of the application.

**Ключевые слова:** розничная торговля, инновации, инновационный потенциал, критерии оценки, инновационная активность, ресурсы предприятия, конкурентоспособность.

**Keywords:** retail trade, innovations, innovative potential, assessment criteria, innovation activity, enterprise resources, competitiveness.

Большое значение в инновационной активности торгового предприятия играет его инновационный потенциал, который представляет собой совокупность материально – технических, финансовых, интеллектуальных, научно – технических и иных ресурсов, необходимых для осуществления деятельности по выработке и внедрению инноваций.

С учетом того, что инновационная активность большинства Российских предприятий очень низкая, в торговле большая часть инноваций является заимствованными, особую актуальность приобретает вопрос оценки их инновационного потенциала с целью определения перспектив и возможностей внедрения инноваций.

Вопросы формирования инновационного потенциала, его структура и методы оценки широко изучены в научной литературе. К основным российским авторам можно отнести А.В. Барышева, В.Н. Баранчеев, М.Н. Титов, Д.С. Андрианов, Р.А. Фатхутдинов и др. В их трудах дается не только определение инновационного потенциала, но и рассматриваются научные подходы к его формированию и оценке.

Однако, все исследования в области оценки инновационного потенциала посвящены в основном промышленным предприятиям и даже рассматривая показатели инновационной активности страны, не уделяется внимание такой крупнейшей отрасли экономики как торговля [1].

Сущность оценки инновационного потенциала заключается в создании предпосылок и условий эффективного управления инновационной деятельностью. Важным условием эффективного управления является создание адекватной управляемому объекту информационно-аналитической базы и механизма



её функционирования, а также рекомендаций по принятию управленческих решений по развитию и воспроизводству инновационного потенциала.

Целью оценки инновационного потенциала торгового предприятия является возможность определения направлений инновационного развития, обеспечивающих возможности перехода предприятия на реализацию конкурентоспособной продукции и оказание высококачественных услуг, существенно повысив свою устойчивость и гибкость по отношению к переменам во внешней среде, особенно в условиях экономического кризиса.

Несмотря на большое количество исследований по заданной проблеме, можно сказать, что до сих пор не было разработано единой, универсальной методики, которая позволяла бы наиболее точно, объективно оценить инновационный потенциал предприятия. Это связано с тем, что само понятие инновационного потенциала является относительно новым, существуют противоречия по вопросу определения его содержания и структуры.

В основу большинства методов оценки положен достаточно глубокий анализ всех имеющихся ресурсов предприятия, показателей финансово – хозяйственной деятельности, оценке конкурентных преимуществ предприятий, технологического оснащения для проведения НИОКР.

В большую часть методик входит оценка кадрового, материально – технического, научного потенциала организации, а также анализ маркетинговой, производственной, управленческой и других видов деятельности.

Если рассматривать особенности оценки инновационного потенциала на уровне страны, то для этого используют следующие основные показатели:

1. Динамика основных показателей экономического развития, таких как ВВП, объем и структура промышленного производства, инвестиции в основной капитал и др.
2. Степень состояния (износа) основных фондов по таким отраслям экономики как, промышленность, строительство, связь, транспорт, наука.
3. Инвестиции в основной капитал.
4. Инновационная деятельность предприятий различных сфер промышлен-

ности, а именно, сколько освоено новых технологий и видов продукции, в том числе народного потребления.

5. Количество инновационно-активных предприятий в стране.
6. Количество самостоятельно создаваемых предприятиями новых машин, аппаратов, оборудования, приборов, а так же количество лицензий на объекты интеллектуальной собственности приобретенных за рубежом.
7. Объем научных и научно-технических работ выполняемых предприятиями, а так же число задействованных в них специалистов и др.

Если рассматривать на уровне предприятия, то в научной литературе существует множество подходов к оценке инновационного потенциала. Это и структурно-функциональны, институциональны и ресурсный. Если рассматривать предлагаемы структуры инновационного потенциала, то в Российской литературе большая роль при его формировании уделяется таким ресурсам как интеллектуальные, материальные и финансовые. Многие авторы подчеркивают большую значимость кадров и состояния инфраструктуры в формировании инновационного потенциала организации.

Однако, изучив множество авторитетных мнений, все исследования в области оценки инновационного потенциала посвящены в основном промышленным предприятиям и даже рассматривая показатели инновационной активности страны, не уделяется внимание такой крупнейшей отрасли экономики как торговля [1].

Как показывает анализ научной литературы вопросы инноваций, оценки инновационного потенциала в торговле очень мало изучены. Одно из определений инновационного потенциала в торговле представлено в научно-образовательном материале изданном коллективом авторов Российского государственного торгово-экономического университета, которые относят к нему предполагаемые или уже мобилизованные ресурсы и организационный механизм, используемый для достижения поставленных целей в области наукоемких технологических процессов, новых видов продукции, а так же новых видов услуг.

Под инновационным развитием торгового предприятия авторы понимают совокупность нововведений, обеспечивающих рост конкурентоспособности организации и ее адаптацию в конкурентной среде.

В представленной методике оценки инновационного потенциала авторы предлагают оценить его по таким показателям, как внутренние ресурсы предприятия, состояние внешней среды, оценка научно-технического потенциала торговой организации, показатели характеризующие товары и услуги, а так же группа показателей характеризующих эффективность инноваций торгового предприятия. Показатель базируется на расчетах основных экономических показателей с учетом внедрения нововведений [2].

Для оценки первых четырех групп показателей предлагается использовать 5-ти бальную систему. Она позволит оценить, например, внутреннюю и внешнюю среду торговой организации на «удовлетворительно» или «отлично» с участием группы экспертов из 7-10 человек.

Данная методика оценки инновационного потенциала торгового предприятия включает себя всесторонний анализ факторов внешней и внутренней среды торгового предприятия, а так же расчет и анализ динамики основных экономических показателей. С учетом специфики работы предприятия (отраслевая принадлежность, тип, формат, ассортиментная специализация, конъюнктура, сложившаяся на рынке и др.) количество критериев может сокращаться или увеличиваться. Так, при оценке инновационного потенциала для каждого предприятия следует применять более индивидуальный подход.

Авторы также отмечают, что оценка инновационного потенциала торгового предприятия является лишь первым этапом реализации стратегии преобразований, которая также включает в себя оценку внешней среды предприятия, постановку целей внедрения нововведений, разработку и реализацию стратегии преобразований. Однако оценка инновационного потенциала в торговле является одним из важнейших этапов реализации инновационной стратегии фирмы, так как она определяет направления и масштабы будущих преобразований.

Однако, представленная методика не дает комплексное представление о

состоянии инновационного потенциала торговой организации. Первый блок критериев, таких как, оценка внутренней и внешней среды, критерии оценки качества и стоимости товаров и услуг дают скорее более полное представление о текущей деятельности и не позволяют учесть то, как они влияют на инновационный потенциал. Указанные в первом блоке критерии скорее дают возможность понять насколько конкурентоспособность предприятия.

Второй блок показателей, характеризующих эффективность инноваций торгового предприятия в целом, в большей степени позволяет оценить не потенциал, а эффективность или результат внедрения инноваций в деятельность торговой организации [2].

Вторая методика, предложенная Юдниковой Е.С. и Халезовым В.Н. в рамках научного исследования, также основывается на экспертных оценках.

Традиционная схема оценки инновационного потенциала торгового предприятия представлена на рисунке 1.

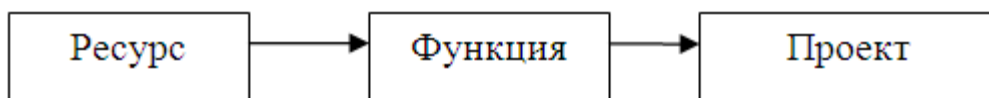


Рис. 1. Схема оценки инновационного потенциала предприятия [3]

Под проектом при оценке потенциала торгового предприятия понимается процесс внедрения инновации. По мнению авторов методики, существуют две схемы анализа и оценки инновационного потенциала предприятия: детальный и диагностический анализ.

Детальный анализ проводится в основном на стадии обоснования инновации и подготовки ее к внедрению. Так, детальный анализ инновационного потенциала включает в себя следующие этапы:

- создается идеализированная модель состояния инновационного потенциала предприятия, устанавливаются критерии и требования к состоянию инновационного потенциала по всем компонентам;
- устанавливается фактическое состояние инновационного потенциала предприятия;
- анализируются отклонения результатов исследования от параметров

идеализированной модели инновационного потенциала;

- разрабатывается перечень работ по совершенствованию инновационного потенциала.

Диагностический подход, по мнению авторов методики, используется при анализе по ограниченному кругу параметров, что обуславливает установление следующих обязательных условий при проведении данного вида анализа:

- должны использоваться знания системной модели и в целом системного анализа исследуемого объекта;

- необходимо знать взаимосвязь диагностических параметров с другими параметрами системы, чтобы по состоянию одного диагностического параметра оценить состояние всей системы;

- информация о значениях обработанных диагностических параметров должна быть достоверной, так как при ограничении количества параметров анализа возникает риск неточной диагностики состояния системы.

Если в качестве диагностируемого блока системы выступает элемент «кадровые ресурсы», то по его состоянию можно диагностировать состояние всего инновационного потенциала предприятия.

В соответствии с представленной на рисунке структурой инновационного потенциала автор предлагает методику оценки инновационного потенциала, включающую в себя две составляющие: оценку инновационности материальных ресурсов и оценку интеллектуального потенциала.

Для оценки инновационного потенциала материальных ресурсов предприятия, по мнению авторов можно использовать показатели эффективности деятельности предприятия по ключевым элементам потенциала: основным фондам, оборотным активам, торгово-технологическим процессам, маркетинговым, управленческим и трудовым ресурсам.

Разработанная автором методика оценки инновационного потенциала торгового предприятия имеет две особенности, отличающие ее от ранее предложенных методик оценки инновационного потенциала предприятия. Во-первых, методика оценки, предложенная автором, предполагает анализ двух

ключевых составляющих инновационного потенциала: инновационности потенциала материальных ресурсов и интеллектуального потенциала. Ключевую роль в данном случае играет оценка интеллектуального потенциала, которая построена на рассмотрении компонентов интеллектуального потенциала по двум критериям: уровень конкурентоспособности и оценка возможности улучшения компонента потенциала. Оценка интеллектуального потенциала на основе двух критериев оценки является второй особенностью авторской методики [3].

Нужно отметить, что оценка инновационного потенциала предприятия является лишь первым этапом реализации стратегии преобразований, которая также включает в себя оценку внешней среды предприятия, постановку целей внедрения нововведений, разработку и реализацию стратегии преобразований. Однако оценка инновационного потенциала является одним из важнейших этапов реализации инновационной стратегии фирмы, так как она определяет направления и масштабы будущих преобразований.

Таким образом, мы привели две методики оценки инновационного потенциала торговых организации. Однако, для того чтобы реально оценить инновационный потенциал торговой организации нужно глубоко понимать проблемы отрасли, увеличить и более четко сгруппировать критерии оценки, подобрать огромное количество методик для изучения тех или иных направлений торговой деятельности.

#### **Список литературы:**

1. Лукашина Е.В., Лукашин М.С. Особенности оценки инновационного потенциала торгового предприятия. Материалы международной научно-практической конференции РЭУ им. Г.В. Плеханова Инновации: перспективы, проблемы, достижения: материалы международной научно-практической конференции. – Москва. – 2015.
2. Методические рекомендации по оценке инновационного потенциала розничного торгового предприятия. Коллектив авторов РГТЭУ под руководством Г.Я. Резго. – М.: Научно-образовательный материал, 2011.
3. Юдникова Е.С., Халезов В.Н. Обеспечение направлений формирования инновационного потенциала торговой предпринимательской структуры: Научное издание / Е.С. Юдникова, В.Н. Халезов; СПбТЭИ. – СПб.: ТЭИ, 2010.

## ПОНЯТИЕ И ВИДЫ ИННОВАЦИЙ В ТОРГОВЛЕ

**Лукашина Елена Вениаминовна**

*кандидат экономических наук, заведующая кафедрой  
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**Тебенкова Анна Сергеевна**

*ассистент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

## CONCEPT AND TYPES OF INNOVATION IN TRADE

**Lukashina Elena Veniaminovna**

*candidate of economic Sciences, head of the Department  
Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

**Teben'kova Anna Sergeevna**

*assistant*

*Perm Institute (branch) REU them. G. V. Plekhanov, Perm*

### АННОТАЦИЯ

В статье дано определение инноваций в торговле, выделена их роль в современной экономике и бизнесе. Дано современное состояние инновационной политики России, выделены основные виды инноваций и факторы, сдерживающие инновационный рост.

### ABSTRACT

In the article the definition of innovation in trade, highlighted their role in the modern economy and business. Given modern State innovation policy in Russia, highlights the main types of innovation and innovation growth constraints.

**Ключевые слова:** инновации, инновационный потенциал, концепция инновационного развития, торговля, конкурентоспособность, инвестиционная привлекательность.

**Keywords:** innovation, innovation potential, the concept of innovation development, trade, competitiveness and investment attractiveness.

В условиях модернизации Российской экономики особую значимость приобретают инновации, которые должны охватывать все сферы жизнедеятельности человека от образования до бизнеса. По мнению большинства ученых именно внедрение инноваций позволяет делать бизнес наиболее конкурентоспособным и инвестиционно привлекательным, обеспечивает рост и безопасность национальной экономики каждой страны [1].

В настоящее время инновации играют большую роль в развитии различных отраслей экономики РФ, в том числе и в сфере торговли. Прежде чем понять, как инновации развиваются на современном этапе, необходимо понять, что же такое инновации?

Инновация в переводе с латинского (novation – изменение, обновление)

представляет собой какое-то новшество, которого не было раньше: новое явление, открытие, изобретение, новый метод удовлетворения общественных потребностей и другое.

Определение инноваций приведено и в Постановлении Правительства РФ от 24.07.1998 №382 «О концепции инновационной политики Российской Федерации на 1998 – 2000 годы». В данном документе дано следующее определение: инновация (нововведение) – это конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, который реализуется на рынке (нового или усовершенствованного технологического процесса) используемые в практической деятельности» [2].

Если обобщить эти определения, то под инновациями в экономике можно понимать новый или усовершенствованный продукт, практическая реализация которого позволит получить экономический, социальный, экологический и другие виды эффекта. По опыту большинства стран с развитой экономикой внедрение инноваций позволяет:

- повышать конкурентоспособность производства, торговли и других видов бизнеса;
- делать предприятия наиболее инвестиционно-привлекательными, что особенно важно для большинства отраслей российской экономики;
- повысить имидж предприятия среди потребителей, партнеров, кредиторов;
- сократить издержки обращения предприятия;
- расширять ассортимент, осваивать новые рынки сбыта, в том числе и международные и др.

Таким образом, роль инноваций, как в экономике страны, так и деятельности фирмы достаточно велика. Соответственно, актуальными сегодня становятся все направления исследований, касающихся инновационного развития, и в первую очередь инновационный потенциал [1].

Инновации в торговле - это те нововведения, которые помогают организациям улучшить качество работы и обслуживания покупателей, и, как следствие, улучшить качество жизни. Торговля – это самая перспективная отрасль для



внедрения инноваций (нововведений), а также для их создания. Инновации в товарах и услугах развиваются по разным направлениям и могут быть предназначены для различных целей: привлечение новых клиентов, стимулирование продаж, сокращение издержек обращения, уменьшение риска порчи товаров, услуг и т.д.

Инновации в сфере услуг – это новшество самой услуги как экономической категории, но данные изменения не всегда основаны на изобретениях чего-то нового, открытии новых методов обслуживания клиентов [3].

Что касается инноваций в торговом предприятии, то их основная цель это обеспечение высоких показателей таких процессов, как купля-продажа товаров и услуг, торгового обслуживания, а также торговой деятельности в целом.

В современном понимании инновация представляет собой конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно – технического или другого вида эффекта.

Все инновации независимо от отрасли применения, принято разделять на три основные группы:

1. Инновации в товарах и услугах (разработка новых изделий или услуг);
2. Инновации в экономических процессах (разработка новых способов производства и реализации товаров и услуг);
3. Инновации в бизнес-среде (разработка новых способов ведения бизнеса).

Данные категории позволяют оценивать инновации применительно к какой-либо отрасли, основываясь на тех или иных принципах.

Что касается современного состояния развития инноваций в России, то на сегодняшний день существует «Стратегия инновационного развития Российской Федерации до 2020 года». Данная стратегия является основным документом регламентирующим развитие инноваций в РФ, а также определяет стратегические задачи и цели инноваций [2].

Основная задача стратегии инновации – «изменить» темпы роста экономики страны в целом, что заметно отразится на становлении РФ в глобальных

инновационных лидерах.

В настоящее время, инновации в торговле активно набирают обороты. Каждое торговое предприятия стремится повысить уровень конкурентоспособности своей компании, что заставляет предпринимателей совершенствовать сложившиеся торговые процессы, создавать что-то новое, ранее никем не разработанное.

В последние 2-3 года в развитии инноваций в РФ активное участие принимают бизнес-инкубаторы, малые инновационные фонды и т.д. Данные платформы создаются как на уровне города (краевого, областного центра), так и на уровне ВУЗов, что способствует появлению малых инновационных форм, а также зарождению инноваций в сфере малого и среднего бизнеса. Наша страна стремится занять лидирующее положение среди основных государств мира по уровню развития как экономики, так и торговли, как основной отрасли. Однако, существуют проблемы.

Во-первых, все чаще предприятия торговли не хотят развивать свой бизнес, либо не хотят вносить изменения, лишь потому, что «ложно» представляют себе, что при изменении каких-либо торговых процессов, либо изменений ассортимента товаров предприятия, прибыль предприятия резко упадет. Все сводится к тому, что современный предприниматель заинтересован только в получении стабильного дохода, и какие-либо «новшества» его пугают.

Во-вторых, проблемой также можно считать недостаточно развитую инфраструктуру для предпринимателя. Несмотря на поддержку со стороны государства в качестве льгот, поддержки бизнес-инкубаторов, малых инновационных форм и т.д., существует проблема стабильного и надежного развития инновационного предприятия.

В-третьих, - это «неграмотность» предпринимательских крупных и средних предприятий в процессе управления инновациями и всем предприятием в целом. «Управленцы» и собственники предприятия ориентированы на управление своими сотрудниками по идеологии «минимизации и устранению слабых сторон, а не на усилении сильных». В частности, на минимизацию рисков.

В-четвертых, основной проблемой развития инноваций в РФ является то, что все новшества в нашей стране создаются либо за свой счет, либо за счет частных инвесторов, что часто приводит к «удушению» идей предпринимателя и сводится к получению и зарабатыванию денежных средств для инвестора. Ведь в РФ все чаще финансирование на инновации поступает только на фундаментальные разработки, науки.

Таким образом, в ходе изучения современного состояния рынка инноваций в РФ, можно сделать вывод о том, что инновации активно развиваются в различных отраслях экономики нашей страны, однако до сих пор существуют барьеры, которые необходимо минимизировать для активного роста предпринимателей малого и среднего бизнеса к числу которых относится большая часть предприятий торговли.

#### **Список литературы:**

1. Лукашина Е.В., Лукашин М.С. Особенности оценки инновационного потенциала торговых организаций. Инновации: перспективы, проблемы, достижения: материалы международной научно-практической конференции. 14 мая 2015 г./ под ред. проф. Ботова М.И. – Москва: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2015.
2. «Стратегия инновационного развития РФ до 2020 года» [Электронный ресурс]: [http://miptic.ru/publications\\_inv](http://miptic.ru/publications_inv)
3. Е.Маркин «Инновации в торговле. Современное развитие». [Электронный ресурс]: <http://www.independent-news.ru>

### **СИСТЕМА ЭФФЕКТИВНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

**Назипов Ильгиз Ильдарович**

*кандидат исторических наук, заведующий кафедрой*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

### **SYSTEM OF EFFECTIVE STATE REGULATION WHOLESALE WHOLESALE TRADE IN A MARKET ECONOMY**

**Nazipov Ilgiz Ildarovich**

*candidate of historical Sciences, head of the Department*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

#### **АННОТАЦИЯ**

Цель статьи – предложить эффективный механизм антикризисного регулирования экономики. В рамках метода моделирования экономических систем предлагается возможное решение проблемы кризисов. Кризисы в рыночной

экономике возникают по причине несоответствия количества произведенной товарной массы спросу. Предотвратить кризисы, способна предлагаемая в статье организация всей оптовой торговли в стране через единую государственную биржу, на основе фьючерсных контрактов.

### **ABSTRACT**

Purpose of the article is to offer effective crisis management controlling instrument of economy. Within the simulation method of economic systems the possible solution of the problem of crises is proposed. Crises in market economy arise when there are disparities of amount of produced bulk commodities to demand. The organization of the wholesale trade in the whole country which is proposed in the article is able to prevent crises by means of unified state stock exchange, based on futures contracts.

**Ключевые слова:** оптовая торговля, государственная биржа, кризисы.

**Keywords:** trade, public market crises.

Экономические кризисы в рыночной экономике возникают по причине несоответствия количества произведенной товарной массы количественным потребностям в них, покупателей. При превышении товарной массы над потребностями возникает «кризис перепроизводства». Ситуацию обратную, проявляющуюся в инфляции и дефицитах вполне можно назвать «кризис недопроизводства».

Не сговариваясь между собой, в условиях конкуренции производители однородной продукции, в конкурентной борьбе, стремясь захватить как можно большую долю рынка, производят в сумме излишнее количество товаров, превышающее спрос. Затем следует кризис перепроизводства при котором не реализуется часть продукции на производство которой потрачены средства. Объем производства падает, вместе с ним уменьшаются инвестиции, сокращается количество работников. Объем производства в перспективе во времени падает больше чем необходимо исходя из будущего спроса, и это отразится в недопроизводстве, выражающемся в росте цен и прибыльности производства в отрасли, а, следовательно, в росте инвестиций в нее и в движении к новому кризису перепроизводства.

Как разорвать этот замкнутый круг? Как производить только то и столько, что и сколько необходимо потребителю? Причем в условиях непрерывного, в целом, роста потребления.

Полное согласование действий производителей в свободной рыночной системе невозможно (например, производители и экспортеры нефти, в условиях даже особой важности своего товара и даже будучи представлены не фирмами и государствами, полностью не выступают с единой согласованной политикой. Даже внутри созданной для согласования деятельности организации ОПЕК мы видим систематические нарушения своих же договоренностей по размерам добычи и экспорта.). С другой стороны согласование действий часто приводит к замене конкуренции дележом рынка, к картельным сговорам, к монополистическому рынку, со всеми вытекающими последствиями.

Кейнс предлагал бороться с кризисом воздействуя на количество денег в стране. Мы предлагаем делать это через особую организацию торговли. Причем, в отличие от системы Кейнса, предлагаемые идеи направлены не на снижение остроты кризисов, а на их ликвидацию вообще. И кризиса перепроизводства и кризиса недопроизводства.

В бывшем СССР существовали Госплан и Госснаб. Их задачей как раз и было организовать производство так, чтобы не производилось в стране ничего лишнего, не имеющего покупательского спроса. При современных информационных технологиях возможно, названные организации эффективно справились бы с возложенной на них функцией.

Система управления оптовой торговлей, предлагаемая в статье имеет те же цели, но абсолютно иные принципы достижения цели и организации деятельности. Она построена на рыночном, а не «командном» механизме, и планирование производства в ней осуществляется не «сверху» а «снизу».

*Суть системы.* Кратко суть предлагаемого заключается в том, что вся торговля страны, кроме торговли с магазинов конечному потребителю (то есть все поставки), должна быть организована по контрактам заключенным контрагентами ранее на еще не произведенный товар, - т.е. по фьючерсным договорам. Таким образом, невостребованная продукция вообще не будет производиться.

Цепочка системы заказов, начнется с торговых предприятий реализующих продукцию в розницу. От них будет исходить импульс заказов. Торговые

предприятия, реализующие в розницу товары потребителям будут изучая спрос и его динамику (сезонную, связанную с динамикой доходов населения, изменениями в предпочтениях и т.п.) заказывать продукцию ее производителям. Те будут соответственно необходимости в удовлетворении этих заказов, сами заказывать своим поставщикам соответствующее количество сырья, комплектующих, полуфабрикатов. Поставщики этого поступят в отношении своих поставщиков подобным образом. И т.д. Таким образом, первоначальный импульс планирования производства будет исходить «снизу», от магазинов, и от потребностей покупателей, домохозяйств.

Данная система «производства и оптовой торговли по заказу» спасает рыночную экономику от рыночного «хаоса», с его «кризисами», только если будет «тотальной». То есть если будет охватывать всю торговлю в стране, или большую часть ее. Как по наименованиям продаваемых товаров, так и по количеству сделок и по объемам продаж. Следовательно, главный вопрос здесь – как добиться, чтоб продавцы и покупатели переходили на эту систему.

*Механизмы воплощения системы в жизнь.* Обязать субъектов производства и торговли перейти на данную систему поставок государство не может, так как это будет грубым нарушением принципов рыночной экономики. Необходимо сделать эту систему явно и ощутимо выгодной для субъектов рынка. Причем тут нужна не пропаганда общей выгоды для экономики страны и всех ее субъектов от отсутствия кризисов. Важно чтоб выгоду субъектам экономики несла через свою данную форму, в краткосрочном и долгосрочном плане, каждая сделка, осуществляемая по описанной схеме. А возможно, чтоб обычные сделки, соответственно, несли в себе отчетливо и сразу ощущаемые субъектами рынка, невыгодные последствия.

Эту задачу сможет решить единая государственная товарная биржа, - огромная посредническая структура, финансируемая из государственного бюджета, чьи отделения будут находиться в каждом областном и районном городе страны, имеющая собственную единую информационную систему. Сказав «биржа» мы подразумеваем специальную посредническую систему, но не обя-

зательно организационно построенную как современные биржи с залами, «ямами» и т.п. Вероятно, целесообразно в данной бирже также выделить в почти самостоятельные структуры региональные и муниципальные отделения, обслуживающие клиентов этих территорий по сделкам исключительно местного масштаба.

Главной особенностью этой биржи, помимо ее огромных размеров и степени охвата торговли страны, помимо того, что это государственная структура, будет то, что она занимается исключительно фьючерсными сделками. Со сроком «заказа», равного технологическому процессу производства заказанного товара (с учетом сроков поставок производителю заказанного товара комплектующих, сырья, которые тоже заказываются также).

Стать участником торгов на этой бирже может любой отечественный хозяйствующий субъект (юридическое лицо, фермер, ИП) занимающийся производством продукции или сбытом ее потребителю. Внешние посредники допускаться на биржу не будут, возможно, и перекупщики. Посредническая и спекулятивная деятельность сильно увеличивает цены на товары в процессе их следования от производителя к потребителю, что негативно отражается на покупателях и производителях. Данная биржа, в том числе призвана покончить с этим негативным явлением. Все подавшие заявку на биржу на покупку или продажу продукции до выполнения заявки будут проверены биржевыми структурами на предмет действительного существования данного хозяйствующего субъекта и на предмет способности выполнения им своих обязательств по оплате или поставке, в соответствии с заявкой.

Работающие на бирже брокеры будут являться государственными служащими, получающими зарплату из бюджета. По совершаемым на бирже сделкам ни брокеры не биржа не берут комиссионных и т.о. для клиента биржи ее услуги обходятся бесплатно. (Еще одна особенность данной биржи). Брокеры этой биржи, являясь высококвалифицированными специально подготовленными специалистами, в чьем распоряжении огромная база данных о производителях и покупателях, а также специальные отделы высококвалифицированных узких специалистов в об-

ласти финансов, права, экономики, брокеры должны заключая сделку выбрать для клиента максимально выгодного и надежного контрагента. «Максимально выгодного» означает наиболее выгодного с учетом всех экономических факторов – относительно других вариантов более выгодного с точки зрения транспортной доступности и транспортных издержек, наиболее приемлемого по качественным и количественным характеристикам товара, наиболее перспективного контрагента в плане долгосрочного сотрудничества. «Надежного» означает, что заключать сделки брокеры вправе только проверив (с соответствующим документальным оформлением) способность контрагентов погасить в срок свои обязательства по оплате поставок и (или) осуществлению этих поставок товара надлежащего количества, наименования, ассортимента, качества.

Для повышения ответственности брокеров в ходе их деятельности, они должны быть лично и биржа в целом ответственными за эффективность и законность биржевых сделок. Ответственными материально (штрафными санкциями, оговоренными в уставе биржи и в трудовых договорах и в соответствующих разделах трудового законодательства) и юридически (административная, дисциплинарная, уголовная при доказанных противоправных действиях, с ужесточением в законодательстве санкций за противоправность при исполнении биржевой деятельности).

Для того чтоб повысить надежность и выгодность для клиентов биржи сотрудничества с биржей, она должна предоставлять им дополнительные услуги. Для дополнительного повышения ответственности брокеров и биржи в целом и для дополнительного стимулирования потенциальных клиентов биржи к использованию ее услуг, государство должно страховать (тоже бесплатно) для клиентов, сделки на этой бирже. И в случае неисполнения контрагентом условий сделки, выплачивать компенсацию клиенту. С этой целью к бирже следует присоединить как связанную с ней структуру, специальную государственную страховую компанию, или страховой отдел биржи не выделенный в компанию.

Для дополнительной заинтересованности клиентов в пользовании услугами биржи, всем клиентам по всем своим сделкам биржа должна предоставлять право-



вое сопровождение. Включающее консультирование, досудебное и судебное разрешение споров. С этой целью биржа будет иметь собственные юридические отделы.

Описанная система поставок не может существовать без развитой системы рекламы товаров среди их потенциальных покупателей. Речь идет не о рекламных роликах в средствах массовой информации, а специальной, ориентированной на профессионалов, глубокой и обширной информации о товарах всех наименований, их качестве, цене, о возможностях со стороны производителя производства и поставки в определенный срок. Поэтому как дополнение к бирже, необходимо наличие в ней информационного отдела собираемого достоверную информацию о производителях, о товарах и сроках их производства. И распространяющего информацию среди клиентов и потенциальных клиентов биржи, сделав выборку товарных наименований и их групп, интересующих клиента. Делать это специальные биржевые отделы должны бесплатно. Ведь главная цель этой биржи не прибыль, а стимулирование деловой активности в стране и стимулирование выбора поставок именно через биржу в форме форвардных сделок. За достоверность информации содержащейся в рекламно-информационных материалах данные биржевые отделы, сама биржа, работники отделов несут ответственность перед законом и клиентом, правовую и материальную.

Возможно к супербирже (этот термин вполне подходит для описываемой биржевой системы) будет прилагаться и банк, через который будут быстро и дешево (или вообще бесплатно, как и другие услуги биржи) перемещаться со счетов на счета деньги по сделкам, осуществляемым на этой бирже.

Также к бирже могут прилагаться регионального и муниципального масштаба государственные специализирующиеся на оптовой торговле, фирмы. Которые должны обеспечивать многочисленных клиентов с определенной территории заказывающих сравнительно небольшие партии товара(ов). Обычно это магазины, не объединенные в большую сеть и производственные фирмы малого бизнеса. Биржа, таким образом, в дополнение ко всему остальному будет государственной поддержкой малого бизнеса. Данные торговые фирмы при бирже будут посредниками между производителями, продающими продукцию боль-

шими партиями и покупателями небольших партий. Они будут собирать небольшие заказы на один товар с конкретной территории, где заказчики находятся в определенной транспортной доступности, делать производителю крупный заказ равный сумме этих небольших, и после получения этой крупной партии распределять ее среди своих заказчиков, ради удовлетворения заказов которых все и делалось. Эта услуга биржевых структур может быть и платной, ведь нужно содержать склады, возможно и организовывать доставку мелких партий покупателям... Но лишь в рамках необходимости покрыть издержки, без прибавочной стоимости (а возможно и издержки будут покрываться из бюджета), ведь задача именно этих фирм не обогащение, а развитие торговли через супербиржу. Это дополнение к бирже резко уменьшит количество перекупщиков товара в его следовании от производителя к покупателю и резко уменьшит, таким образом, подорожание товара при этом следовании.

*Дополнительные (кроме ликвидации кризисов) выгоды от воплощения описанной системы.* Для предприятий осуществлять деятельность по поставкам через супербиржу очень выгодно. Во-первых, у них нет столь богатого как у гигантской государственной общероссийской биржи, банка информации о потенциальных производителях и покупателях товаров и их возможностях как контрагентов. Соответственно, их сделки, осуществляемые самостоятельно, были бы менее эффективны. Также предприятия самостоятельно не могут обеспечить свои сделки теми высокими гарантиями, какие в обязательном порядке будет предоставлять им созданная, в том числе с этими целями, государственная биржа. Предприятия будут находиться в меньшей зависимости от постоянных поставщиков, и будут ориентироваться в каждой сделке (или за них это будут делать брокеры) на выгоду от нее, на качество товара, на условия поставки и т.п. а не на необходимость проявлять лояльность постоянному долгосрочному контрагенту, как иногда это бывает... Предприятию (и в целом по стране, предприятиям) не нужно будет содержать большие штаты специалистов по снабжению и сбыту, потому что работу этих специалистов сделают брокеры государственной биржи. И сделают более квалифицированно, ведь на бирже собраны

будут лучшие специалисты в этой области и будет в наличии значительно больший объем информации необходимый для заключения выгодных сделок. Сотрудничая с государственной товарной супербиржей, предприятие (при условии что все или почти все предприятия страны являются клиентами супербиржи) вообще может самоустраниться от забот по поиску контрагентов. Почти то же можно сказать в отношении штата юристов, и затрат на услуги юридических фирм. Ведь сопровождение сделок осуществлять будут юристы биржи и лишь по внутренним вопросам (например, по нарушениям трудового права в коллективе и т.п.) сохранится потребность в специалистах в области юриспруденции. Затраты на страхование сделок тоже исчезнут. Все это упростит внешнюю деятельность предприятия и освободит значительные материальные ресурсы для производства и его модернизации.

Государству, переход всей отечественной торговли на сделки через супербиржу тоже очень выгоден. Тем, что оно сможет иметь точную информацию о перемещениях по стране товарной и денежной массы. Причем для всей страны (если удастся большую часть производителей сделать клиентами этой биржи). Оно будет иметь более точную информацию о состоянии секторов экономики и всех предприятий страны, об уязвимых участках в экономике, о достоинствах и недостатках ее... Все это необходимо государству для планирования своей деятельности в сфере экономики, планирования воздействия на экономику инвестициями, налоговыми механизмами, законодательством, для своевременного выявления необходимости в коррективах своей деятельности. Также государственные правоохранительные органы легче смогут при этой системе отслеживать перемещения товарной и денежной массы и таким образом легче выявлять противоправные сделки, теневой сектор экономики, неплательщиков налогов и т.п. ... (Уже только это может принести стране выгоду превышающую стоимость содержания «супербиржи»).

Огромна выгода от этой системы для рядового потребителя конечной продукции. Переход на торговлю через биржу (с ее жестким контролем качества и законности продукции по сделкам, осуществляемым специалистами) в

комплексе с контролем за продаваемой продукцией в торговых точках в значительной степени удалит из продажи не качественные и не сертифицированные товары, а тем более запрещенные. Особенно если в идеале абсолютно вся оптовая торговля сведется к поставкам через супербиржу. Тогда правоохранные органы еще до начала проверки будут знать сколько, чего, когда закупали для реализации органами, занимающимися розничной торговлей.

#### **Список литературы:**

1. Макконнелл Кэмбелл Р., Брю Стэнли Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т. Пер. с англ. 11-го изд. Т. 2. – М.: Республика, 1992.
2. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика: Пер. с англ. со 2-го изд. – М.: «Дело ЛТД», 1993 – 864 с.
3. Экономика: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. Под ред. д-ра экон. наук проф. А.С. Булатова. – М.: Юристъ, 2001. – 896с.
4. Курс экономической теории: учебник – 5-е дополненное и переработанное издание – Киров: «АСА», 2003 г. – 832 с.

#### **ЭФФЕКТИВНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ БАНКА И ОРГАНИЗАЦИЙ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА**

**Попова Ирина Витальевна**

*кандидат экономических наук, доцент*

*Донецкого национального университета экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского*

**Назарова Юлия Петровна**

*аспирант*

*Донецкого национального университета экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского*

#### **EFFECTIVE INTERACTION OF BANKS AND ENTERPRISES ON THE BASIS OF MARKETING FRAMEWORK**

**Popova Irina Vitalievna**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

*Donetsk National University of Economics and Trade*

*Named After M. Tugan-Baranovsky*

**Nazarova Yuliya Petrovna**

*graduate*

*Donetsk National University of Economics and Trade*

*Named After M. Tugan-Baranovsky*

#### **АННОТАЦИЯ**

В статье дается характеристика маркетинговому обеспечению финансово-кредитного взаимодействия банковской системы с предпринимательством. Проанализированы элементы и приемы маркетинга в сфере финансово-кредитного взаимодействия. Раскрыты основные причины, из-за которых не в

полной мере используется маркетинговых подход в банковской сфере.

### **ABSTRACT**

In the article we speak about description of marketing support for financial-credit interaction of banking and entrepreneurship. The analysis of marketing elements and techniques in the financial-credit interaction. The main reasons of not fully used the marketing approach in banking are opened.

**Ключевые слова:** банки, клиенты, заемщики, финансово-кредитное взаимодействие.

**Keywords:** banks, clients, borrowers, financial-credit interaction.

**Актуальность.** Усиление конкурентной борьбы в бизнесе, необходимость налаживания и регулирования ресурсным обеспечением производителей, универсализация деятельности организаций, внедрение прогрессивных информационных технологий, радикально меняют формы и пути сбыта продуктов и методы коммуникационных связей с уже имеющимися и потенциальными клиентами и партнерами заставляют банковские учреждения использовать новые инструменты маркетинга. Именно это обуславливает объективную потребность в эффективном финансово-кредитном взаимодействии между банками и организациями. Сформированные связи должны обеспечивать стимулирующее влияния, через функции банковского кредита, на деятельность предприятия для расширения объемов производства.

Актуальность данного исследования состоит в том, что в современных реалиях продвижение товаров и услуг посредством традиционных подходов не обеспечивает субъектам предпринимательства (как организациям так и банковским учреждениям) лидирующих позиций на рынке.

**Анализ последних теоретических разработок и научных публикаций** свидетельствует, что отдельные аспекты деятельности банков, в частности маркетинговой, рассматриваются в трудах ученых:

**Целью исследования** является обобщение сущности финансово-кредитного взаимодействия между банками и организациями на основе инструментов маркетинга.

**Основные результаты исследования.** Конкуренция и глобализация рынка банковских услуг выявляют потребность соответствующих изменений в

поведении банковских учреждений с организациями-клиентами, и корректировки маркетинговой концепции ведения бизнеса.

Банковские учреждения при финансово-кредитном взаимодействии с организациями-клиентами, ставят, во-первых, себе цель в привлечение их свободных денежных средств, а во-вторых, в активном их размещении путем эффективного кредитования клиентов. Это предполагает необходимость комплексного использования банком инструментов маркетинговой деятельности в сфере взаимоотношений банка с организациями [1]. Экономический рост и устойчивое развитие банковского учреждения возможно только при условии долгосрочных взаимоотношений банков и предприятий. В связи с этим использование разнообразных приемов маркетинга необходимо для тщательного исследования реального экономического состояния и потенциала, а также индивидуальных финансовых потребностей предприятий-клиентов банка.

Маркетинговый подход в финансово-кредитной деятельности банка с организациями должен реализовываться, исходя из:

- удовлетворение финансово-кредитных потребностей конкретного предприятия (банку следует подбирать клиентов так, чтоб существующие на данный момент требования по кредитованию удовлетворяли в достаточном объеме его нужны для того, чтобы предоставить ему финансово-кредитные услуги и получить доход;
- удовлетворения собственных потребностей банка (без надлежащего уровня дохода невозможно дальнейшее развитие банка, что может привести к потере клиентов и убыточности);
- необходима надлежащая мотивация банковского персонала - при отсутствии заинтересованности в финансово-кредитной работе с организациями банковских сотрудников, как правило, страдает заемщик
- поиск сравнительных преимуществ - для опережения конкурентов банк использует метод дифференциации, то есть предприятие должно знать, что банк предоставляет услуги, которые отличаются от услуг других банков [2, с. 288].

К приоритетным приемам маркетинга в сфере финансово-кредитного взаимодействия с организациями-клиентами относятся следующие:

- диагностика рынка и условий финансово-кредитной взаимодействия (изучение периодов делового цикла отраслей, к которым относится клиент, анализ и прогноз экономической конъюнктуры рынка, анализ правовых мер государства, а также внутренних требований рынка к банковским продуктам, систему управления организации-заемщика, учитывать рыночную сегментацию продуктов как банка так и предприятия, спрос и мотивацию потребителей того или иного продукта);
- обеспечения коммуникаций финансово-кредитного взаимодействия и рентабельной деятельности банка (реклама, стимулирование сбыта, паблик-рилейшенз, прямой маркетинг);
- определённый размер процентной ставки с учетом нормы прибыльности банка и учетной ставки финансового регулятора;
- предоставление преимуществ и формирования универсального сервиса для клиентов;
- материальная заинтересованность служащих банка в его успешной деятельности [3].

На данный момент, вышеуказанный маркетинговый подход и его приемы не используются в банковских учреждениях или только частично внедрены.

Основными причинами этого является традиционность и консервативность отечественных банков, руководители которых концентрируют своё внимание только на получение прибыли в отчетном периоде и удержание краткосрочных лидирующих позиций.

Ставя себе цель получить максимальный доход, банки, вместо активного кредитования реального сектора и реализации общеэкономической стратегии развития страны, концентрируют на альтернативных (хоть и продуктивных) источниках получения прибыли. Такой операцией, в частности, является покупка-продажа иностранной валюты в наличной и безналичной форме, а также операции с ценными бумагами.

Следующей причиной является высокая загруженность банковского персонала, отсутствие действенных программ профессионального обучения сотрудников и повышения их квалификации. Маркетинговые приемы и мероприятия могут быть утверждены в банковском учреждении, но из-за необходимости значительных затрат для подготовки специалистов для их реализации, они не выполняются.

Значительной проблемой является отсутствие надлежащей мотивации (как в денежном так и профессиональной форме) у банковских специалистов при реализации какого-либо проекта (инвестиционного, кредитного и т.д.) и разработки плана его работы.

Также влияние на неэффективность маркетинговых приемов в банке оказывает и высокая мобильность кадрового состава, так как в условиях экономического кризиса руководители для экономии проводят массовые сокращения штата. Вследствие этого происходит отток специалистов с нужным уровнем квалификации.

**Выводы.** В условиях острой конкуренции на банковском рынке целесообразно применять маркетинговый подход в финансово-кредитном взаимодействии банков с организациями, целью которого является постоянное улучшения качества их обслуживания.

Также следует отметить, что сотрудники банка и уровень сервиса, который они предоставляют, является одной из основных конкурентных преимуществ банка. Поэтому достаточные расходы на банковский маркетинг (в частности увеличение мотивации сотрудников) приведут к устойчивому росту результата финансово-кредитной взаимодействия банка.

#### **Список литературы:**

1. Чучка І.М., Студеньк І.П. Інтерактивний маркетинг: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2009. – 122 с
2. Ведернікова С. В. Формування механізму фінансово-кредитної взаємодії банків та підприємств на засадах маркетингу [Електронний ресурс] / С. В. Ведернікова // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Сер. : Економічні науки. - 2013. - № 8. - С. 192-201. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vkh\\_nau\\_ekon\\_2013](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vkh_nau_ekon_2013)



3. Макарова Г.Л. Система банковского маркетинга: Учеб. пособие для вузов. – М.: Финстат-информ, 2007. – 210 с.

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ**

**Попова Ирина Витальевна**

*кандидат экономических наук, доцент*

*Донецкого национального университета экономики и торговли*

*имени Михаила Туган-Барановского*

**Никитина Ирина Петровна**

*аспирант*

*Донецкого национального университета экономики и торговли*

*имени Михаила Туган-Барановского*

## **PECULIARITIES OF BANKING SYSTEM DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF A STATEHOOD FORMATION**

**Popova Irina Vitalievna**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

*Donetsk National University of Economics and Trade*

*Named After M. Tugan-Baranovsky*

**Nikitina Irina Petrovna**

*graduate*

*Donetsk National University of Economics and Trade*

*Named After M. Tugan-Baranovsky*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье раскрыты основные подходы построения банковской системы в непризнанных государствах. Проанализирована структура банковской системы (количество банков, филиалов) в 6 непризнанных республиках. Раскрыты основные проблемы формирования собственной банковской системы, которые сдерживают развития банковского сектора в этих государствах.

### **ABSTRACT**

In article basic approaches to banking system formation in unrecognized states. The analysis of the structure of the banking system (number, branches) in 6 unrecognized republics. The primary problems of formation of their own banking system, which constraining the development of the banking sector in these countries are opened.

**Ключевые слова:** банковская система, непризнанные государства, риски, клиенты.

**Keywords:** structure of the banking system, unrecognized states, risks, clients.

**Актуальность.** Наличие функционирующей банковской системы в стране является значимым индикатором государственности и свидетельствует об определенном уровне зрелости финансовых взаимоотношений.

Образование и развитие основных общественных институтов и государства являются взаимообуславливающими процессами. Банковская система – один из фундаментальных институтов, без соответствующей деятельности которого в современных реалиях невозможно развитие региональной экономики.

**Анализ публикаций и исследований** указывает, что в научном сообществе существует живой интерес к вопросам относительно формирования и развития банковской системы в условиях становления государственности.

Изучение данной темы является актуальной и важной теоретико-практической задачей, ей посвящены работы многих отечественных ученых: Н.В. Колоскова, Е.С. Колосова, С. Маркедонов, А. Языкова.

**Цель** статьи – определить приоритетные проблемы и требования к формированию эффективной банковской системы в условиях становления государственности.

**Основные результаты исследования.** В современном мире происходит множество политических катаклизмов, связанных с активностью отдельных регионов государства или страны в целом. Преимущественно это касается территорий постсоветского пространства. После распада Советского Союза на его территории стали появляться новые государства, которые либо непризнанные мировым сообществом, либо признаны им частично. К ним относятся Приднестровская Молдавская Республика (ПМР), Южная Осетия, Абхазия, Нагорно-Карабахская Республика (НКР), Донецкая и Луганская Народные Республики (ДНР и ЛНР).

Независимо от отношения мирового пространства к этим странам в них активно функционирует и развивается собственная финансово-экономическая система, в том числе и банковская система, которая обеспечивает взаимодействие между экономическими агентами.

При формировании собственной банковской системы непризнанные государства акцентируют своё внимание на общепризнанных принципах ее построения, а именно:

- Практически все страны стремятся к двухуровневой банковской системы

(когда на первом уровне находится центральный банк, а на втором коммерческие банки, их филиалы), как наиболее эффективному механизму финансово-кредитного взаимодействия. Такой банковский механизм был налажен в ПМР (на данный момент там функционирует Приднестровский Республиканский банк, который является центральным банком и подотчетен Верховному Совету и президенту, и 7 коммерческих банков и 21 филиал), Абхазии (центральный банк – Банк Абхазии, 8 действующих банков, 7 филиалов), НКР (центральный банк НКР, 6 действующих банков и степанакертские филиалы банков Армении).

В других непризнанных странах, таких как Южная Осетия, ДНР и ЛНД, функционирует монобанковская система, в рамках которой клиентов обслуживает Центральный банк (национальный) и его отделения. Однако в этих странах активно ведется работа по переходу на двухуровневый формат банковской системы.

- Законодательное закрепление главных целей центрального банка, а именно защита и обеспечение устойчивости национальной валюты государства, развитие и стабилизация банковской системы, обеспечение эффективного функционирования платежной системы.
- Возможность выбора клиентом обслуживающего банка.
- Открытая и доступная информация о банках.
- Недопустимость вмешательства в банковское дело «третьих лиц».
- Наличие свободной конкуренции в банковском бизнесе.

Основными же проблемами, с которыми сталкиваются новые государства при формировании собственной банковской системы являются:

1. Достаточно серьезной проблемой является проблема завоевания доверия клиентов к новому банковскому механизму, в особенности если бывшая система дискредитировала себя (примером является банковская система Украины и массовое банкротство ее банков). Также сопутствующей проблемой является ограниченное число потенциальных клиентов (только лица находящиеся непосредственно в стране).

2. Разработка правового обеспечения деятельности центрального банка, определение его функций, полномочий и роли в новой банковской системе (является ли он единственным банком страны, выполняющий функции коммерческих банков или является надзорным финансовым органом).
3. Высокие политические риски, которые присущи в новых государствах. Это связано с готовностью других стран мирового сообщества вступать в международно-торговые связи с данными государствами. Также эти риски связаны с политической ситуацией в странах, отсутствие конфликтующих сил в новом государстве.
4. Наличие валютных и кредитных рисков в стране связано с выбором валюты, которая будет использоваться (будет ли это собственная валюта, либо валюта стран партнеров, либо общепризнанная стабильная валюта – доллар, евро). Из этой проблемы также вытекает проблема в отсутствие таких странах банков с иностранным капиталом из-за отсутствие гарантий в возврате вложенного капитала.
5. Еще одной важной проблемой является вопрос об использовании платежной системы для обеспечения платежей внутри страны, так и возможность осуществлять зарубежные переводы.

**Выводы.** При формировании и стабилизации своей собственной банковской системы государству, в лице правительства, независимо от того признано оно или нет, следует учитывать прежде всего исторические особенности развития региона, обеспечить полноту, публичность, прозрачность разработанного нормативно-правового обеспечения банковской деятельности. Четко регламентировать банковские операции, проводимые в государстве, а также создать условия для эффективного банковского надзора (закрепить за определенным органом – центральным банком или другим специализированным органом полномочия по инспектированию банков). Особое внимание следует уделять развитию банковской инфраструктуры, деятельности небанковских финансово-кредитных организаций (кредитные союзы, страховые компании, инвестиционные фонды и т.д.).

### **Список литературы:**

1. Колоскова Н.В. Некоторые аспекты функционирования банковских систем в непризнанных странах // Вестник ЮРГТУ (НПИ). - 2014. - № 2. – С.71-73.
2. Колосова Е.С. Подходы к формированию эффективной банковской системы // Аудит и финансовый анализ. - 2011. - № 4. – С. 414-419
3. Маркедонов С. СНГ – 2. Феномен непризнанных государств на постсоветском пространстве [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: [http://ia-centr.ru/archive/public\\_details686a.html?id=130](http://ia-centr.ru/archive/public_details686a.html?id=130)
4. Языкова А. «Болевые точки» постсоветского пространства самопровозглашенные территории между Россией и Европой [Электронный ресурс] - Режим доступа. - <http://www.politjournal.ru/index.php?action=Articles&dirid=40&tek=549&issue=16>
5. Официальное интернет-представительство Приднестровского Республиканского банка - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.cbpmr.net/>
6. Валюта и банки - [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: Режим доступа: <http://karabakh.travel/ru/currency-banks/64/>
7. Республика Южная Осетия - [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <http://www.profi-forex.org/wiki/respublika-juzhnaja-osetija.html>
8. Официальное интернет-представительство Национального банка Республики Абхазии - [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <http://www.nb-ra.org/>

### **СНИЖЕНИЕ ВРЕМЕНИ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ ОПТОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ПРИМЕНЕНИЕМ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ СКЛАДОМ**

**Старикова Людмила Николаевна**

*кандидат социологических наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

### **DECREASE TIME CUSTOMER SERVICE WHOLESALE ENTERPRISE WITH APPLICATION AUTOMATED WAREHOUSE MANAGEMENT SYSTEMS**

**Starikova Lyudmila Nikolaevna**

*candidate of sociological Sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье ставится задача рассмотреть повышения эффективности управления товарными запасами и снижению издержек на складе. Путем результатов исследований определен комплекс действий и мер, направленных на обеспечение и развитие с внедрением WMS (системы управления и хранением) товарных запасов.

### **ABSTRACT**

The article seeks to examine improving the efficiency of inventory management and cost reduction in the warehouse. By results of research a set of actions and measures aimed at ensuring the development and implementation of WMS (management system) inventory.

**Ключевые слова:** склад, управление поставками, автоматизированная

система управления.

**Keywords:** warehouse, supply management, automated control system.

Актуальность выбранного вопроса подтверждается тем, что в настоящее время ни одно предприятие не может нормально функционировать без наличия складского хозяйства. Такая большая потребность в складах объясняется тем, что они служат не только для хранения и накопления товарных запасов, но и для преодоления временной и пространственной разницы между производством и потреблением продукции, а также для обеспечения непрерывной, бесперебойной работы торгового предприятия.

Склады являются одним из важнейших элементов логистических систем. Объективная необходимость в специально обустроенных местах для содержания запасов существует на всех стадиях движения материального потока, начиная от первичного источника сырья и кончая конечным потребителем. Этим объясняется наличие большого количества разнообразных видов складов.

Функционирование склада сопровождается затратами трудовых и технических ресурсов. Снизить эти затраты можно путем разделения всего ассортимента на группы, требующие большого количества перемещений, и группы, к которым обращаются достаточно редко. Размещение названных групп товаров в разных зонах склада позволит минимизировать количество передвижений на складе.

Управление поставками, хранением и контролем расхода товаров на складах актуально в современных условиях для организаций оптовой и розничной торговли. За счет оптимизации периодов поставки и контроля расхода товаров на складе можно добиться повышения значений ряда коммерческих показателей работы оптового предприятия, в том числе его готовности к обслуживанию заказов клиентов, что приводит к снижению финансовых потерь при возникновении дефицита товаров [7, с. 421].

Например, на складе можно порекомендовать внедрить систему WMS - система управления складом.

До внедрения WMS системы обычно испытывают определенные трудности, связанные с обеспечением эффективной работы склада. Наиболее весомы-

ми являются: нехватка оперативной информации о движении товара, необходимой для качественного управления товарными потоками; сложность или невозможность ведения партионного учета; отсутствие адресности размещения товара; ограниченные возможности списания товара; большие трудозатраты в определении центра ответственности и виновных лиц при порче товара; невозможность ведения статистики по динамике товарных остатков склада при формировании заказа и т.д. [5].

Учитывая все вышесказанное и то, что в условиях современного рынка использование современных технологий – это уже не просто конкурентное преимущество, а, скорее, жизненная необходимость, было принято решение перевести склад под управление современной WMS системы.

Целью внедрением системы WMS является переход к эффективному управлению ресурсами склада (запасы, персонал, объем склада и пр.); получение достоверной и оперативной информации по движению товара и интеграция этих данных с финансовой составляющей для принятия управленческих решений; внедрение новых технологий в операционную деятельность с целью повышения эффективности выполняемых операций и снижения издержек по эксплуатации терминала; повышение производительности склада; улучшение клиентского сервиса; увеличение прибыли компании.

Еще одна цель внедрения – желание обкатать и настроить WMS систему на уже данном складе, для того чтобы быстро внедрять ее на остальных складах компании.

По сравнению с существующим технологическим процессом приемки товара система автоматизации складских процессов позволит уменьшить время приемки.

Эффективность внедрения системы WMS и оптимизации складских технологических процессов выражается в значительном сокращении сроков приемки, комплектации и отгрузки товара клиентам, повышения точности учета товара на складе, снижении затрат на доставку заказов клиентам [6].

Технологический процесс приемки товара можно значительно сократить

за счет сокращения времени технологических операций, а так же их исключения. Для оптимизации процесса приемки, необходимо: технологические процессы взвешивания товара и обработку сертификационной документации совместить с этапом приемки товара по количеству и качеству. Это позволит исключить технологические операции по доставке образцов продукции в отдел приемки и возврату их в места хранения; разместить весы со сканером штрих кода на участке приемки, а так же сканер документов с автоматическим режимом работы.

Приемка каждого наименования товара ведется по штрих коду с обязательным взвешиванием товарного экземпляра. После этого проводится сканирование сертификационной документации в автоматическом режиме с привязкой сканированного документа к штрих коду данного вида продукции. Этот механизм позволит избавиться от ручной обработки, копирования сертификационной документации и дальнейшего отбора копий сертификатов для отгрузки, т.к. копии сертификатов хранятся в электронном виде с привязкой по штрих коду к своей партии товара, и доступны для обработки в любой момент времени.

Обслуживание клиентов на высоком уровне заключается в сокращении периода времени между заказом и поставкой.

Рассмотрим эффективность технологического процесса разгрузки товара на примере наиболее трудоемкого процесса приемки от поставщика. Например, у поставщика берут 12 видов групп товаров. Каждая группа товаров содержит до 60 наименований, создавая широкий ассортимент товаров. Поэтому в одной поставке может быть до 200 наименований товаров. Обычно доставка осуществляется автомобильным транспортом грузоподъемностью 20т.

Временные затраты на технологические операции приемки товара на склад показаны на рисунке 1.

Общее время определяется как сумма временных интервалов выполнения технологических операций процесса по формуле:

$$\sum_{i=1}^n t_i \quad (1)$$



где:  $n$  – количество операций.

$T$  – время выполнения складского технологического процесса, мин;

$t_i$  – время выполнения отдельной операции, входящей в процесс, мин.

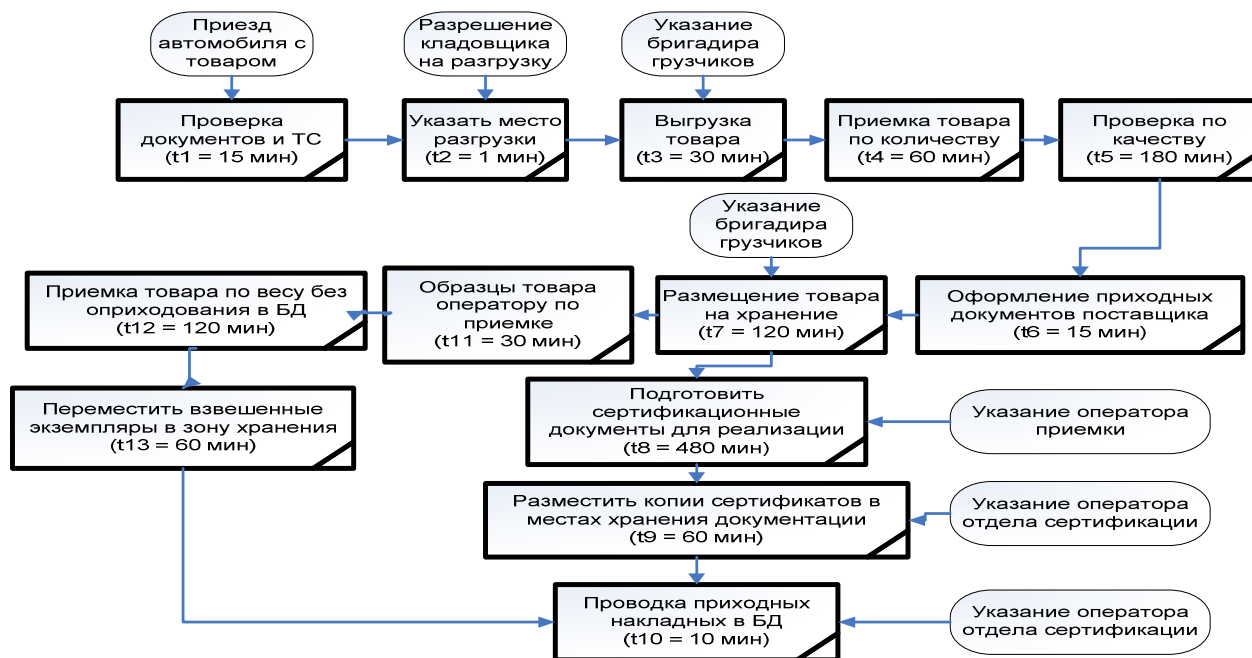


Рис. 1. Распределение технологических операций приемки товара во времени

Для процесса приемки, представленного на рис. 1, временные затраты по формуле (1) будут равны:  $T_{\text{приемки}} = t_1 + t_2 + t_3 + t_4 + t_5 + t_6 + t_7 + t_8 + t_9 + t_{10} = 971$  мин

Другие поставки будут пропорциональны во времени в процентном соотношении.

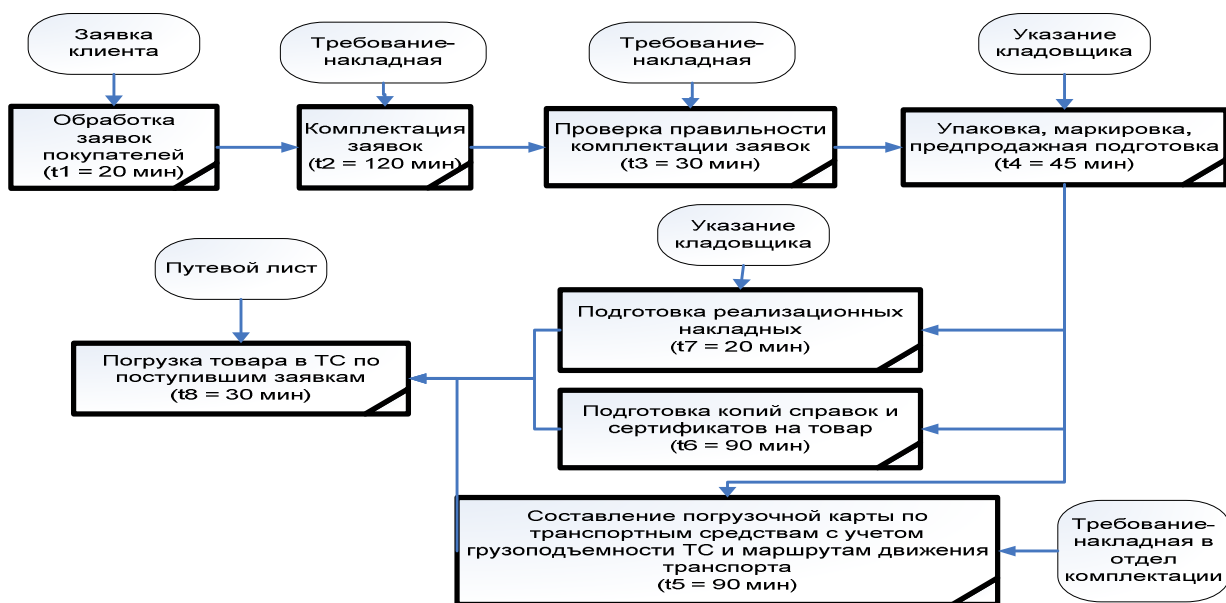


Рис. 2. Распределение технологических операций отгрузки во времени

По формуле (1) рассчитаем время процесса отгрузки товара покупателям.

$$T_{\text{отгрузки}} = t_1 + t_2 + t_3 + t_4 + t_5 + t_8 = 335 \text{ мин}$$

Другие отгрузки будут пропорциональны во времени в процентном соотношении.

Производительность любого складского процесса грузопереработки находится по формуле:

$$W = \frac{q}{T} \quad (2)$$

где:  $W$  – производительность складского процесса грузопереработки, ед./мин;

$q$  – объем груза в единицах, ед.

Рассмотрим эффективность технологического процесса отгрузки на типовом примере.

В транспортное средство грузоподъемностью 2 тонны обычно загружается приблизительно 2800 единиц товара ( $q$ ), тогда для нашего примера производительность процесса приемки по формуле (2) будет равна:

$$W_{\text{приемки}} = 2800/335 = 8 \text{ ед./мин.}, \text{ при } q = 2800 \text{ ед. и } T = 335 \text{ мин.}$$

Схема приемки товара на склад после внедрения системы автоматизации представлена на рисунке 3.

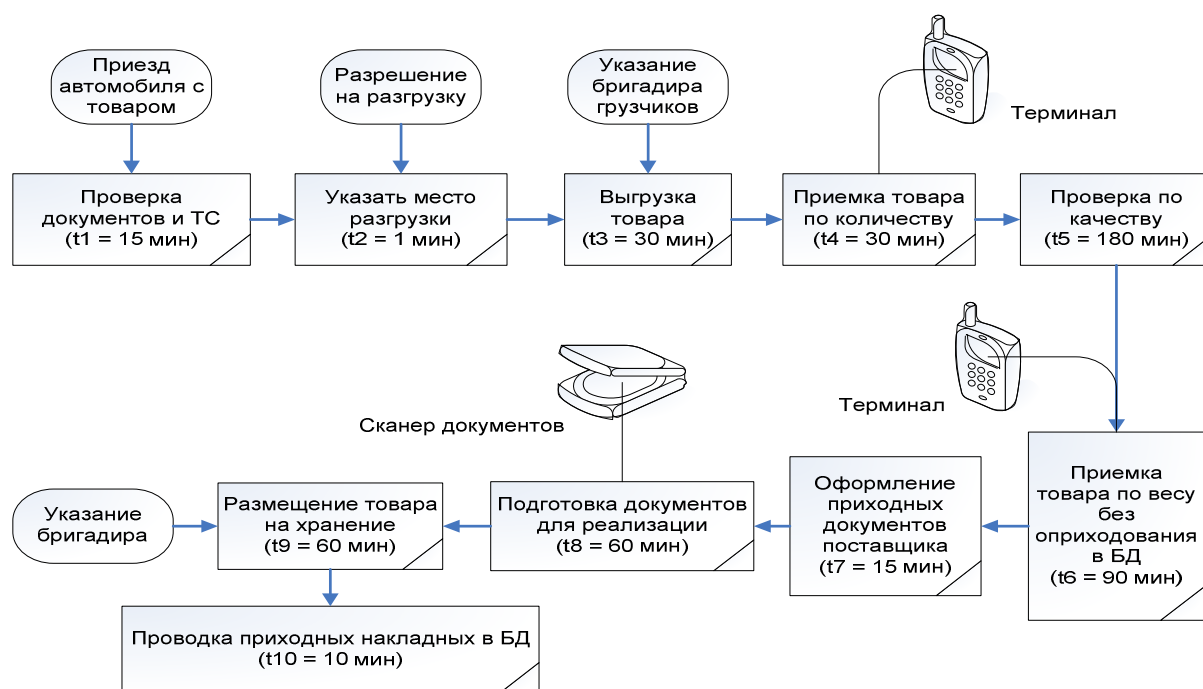


Рис. 3. Схема приемки товара на склад после внедрения системы автоматизации

По сравнению с существующим технологическим процессом приемки товара система автоматизации складских процессов позволит уменьшить время приемки примерно в два раза. Так, для схемы процесса приемки товара с применением WMS-системы время выполнения по формуле (1) будет равно:

$$T^a_{\text{приемки}} = t_1 + t_2 + t_3 + t_4 + t_5 + t_6 + t_7 + t_8 + t_9 + t_{10} = 491 \text{ мин.}$$

По рекомендациям оптимизации процесса отгрузки, также можно уменьшить временные затраты на технологические процессы комплектации заявок, составление погрузочной карты по транспортным средствам с учетом их грузоподъемности и маршрутам движения транспорта, а так же исключить процесс ручного сбора копий справок и сертификатов на отгружаемый товар.

Время на комплектацию заявок значительно уменьшится за счет применения радиотерминалов комплектовщиков. Задание на сборку заказа клиента передается на мобильный терминал комплектовщика с учетом минимизации маршрута передвижения по складу и точным указанием мест хранения товара.

Время составления погрузочной карты по транспортным средствам с учетом их грузоподъемности и маршрутам движения значительно сократится за счет автоматизации подбора заказов клиентов в соответствии с маршрутами движения и грузоподъемностью транспортных средств. Входными данными для службы логистики является количество транспортных средств, их грузоподъемность, маршруты движения, распределенные по районам доставки.

Отпадает необходимость в ручной подборе сертификационных документов на отгружаемый товар, т.к. на этапе приемки все сертификаты, с привязкой к виду товара, были переведены в электронный вид и их печать проводится автоматически при выборе позиций товара в сопроводительных документах на товар (накладная, счет-фактура).

По сравнению с существующим технологическим процессом отгрузки товара система автоматизации складских процессов позволит уменьшить время отгрузки (комплектации и отгрузки наиболее сложной заявки) на 145 минут.

Схема отгрузки товара со склада после внедрения системы автоматизации представлена на рисунке 4.

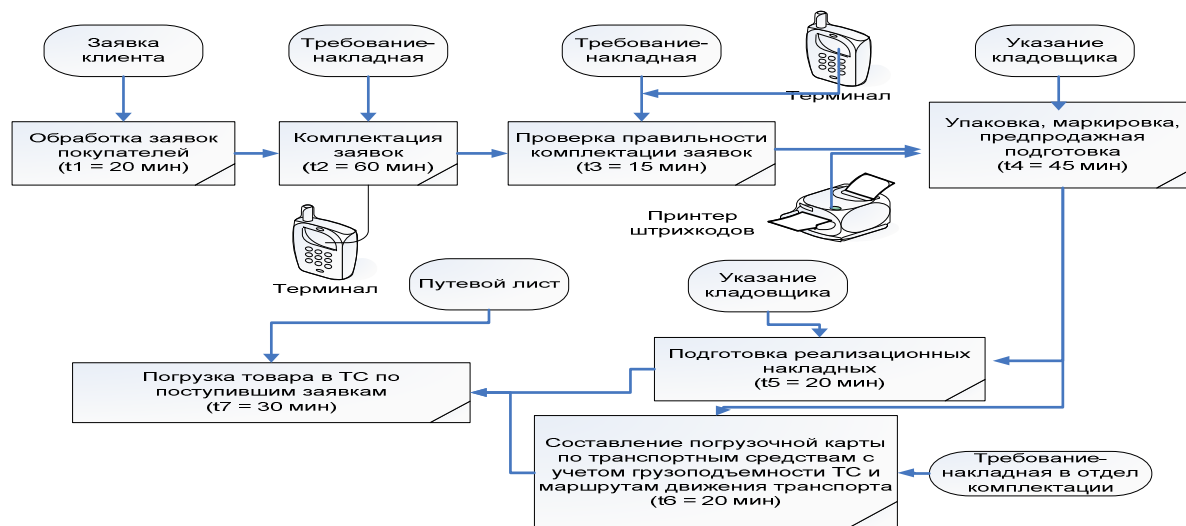


Рис. 4. Схема отгрузки товара со склада после внедрения системы автоматизации

Так, для схемы процесса отгрузки товара с применением WMS-системы время выполнения по формуле (1) будет равно:

$$T^a_{\text{отгрузки}} = t1+t2+t3+t4+t5+t6+t7+t8+t9+t10 = 190 \text{ мин}$$

Время на грузопереработку уменьшится примерно в два раза.

Комплектация является ключевой операцией процесса отгрузки, так как она трудоемка и от нее зависит качество логистического обслуживания клиентов - скорость выполнения заказа, отсутствие ошибок при отборе и т. д.

Рассмотрим эффективность технологического процесса отгрузки после внедрения системы WMS на том же примере, на котором были изучены временные затраты на отгрузку товара клиентам.

Производительность складского процесса отгрузки по формуле (2):

$$W_{\text{отгрузки}} = 2800/190 = 14 \text{ ед./мин.}, \text{ при } q = 2800 \text{ ед. и } T = 190 \text{ мин.}$$

Если сравним полученное после внедрения системы автоматизации значение производительности складского процесса по грузопереработке со значением до внедрения, то производительность складского процесса по грузопереработке при проведении операций по отгрузке товара на нашем примере повышается на 75%.

Время составления погрузочной карты по транспортным средствам с учетом их грузоподъемности и маршрутам движения значительно сократится за счет автоматизации подбора заказов клиентов в соответствии с маршрутами движения и грузоподъемностью транспортных средств. Входными данными для службы логи-

стики является количество транспортных средств, их грузоподъемность, маршруты движения, распределенные по районам доставки.

Отпадает необходимость в ручном подборе сертификационных документов на отгружаемый товар, т.к. на этапе приемки все сертификаты, с привязкой к виду товара, были переведены в электронный вид и их печать проводится автоматически при выборе позиций товара в сопроводительных документах на товар (накладная, счет-фактура).

По сравнению с существующим технологическим процессом отгрузки товара система автоматизации складских процессов позволит уменьшить время отгрузки.

Для складов весьма актуальна проблема «пересортицы» – путаница, связанная с наличием одного и того же продукта, но от разных производителей, – эта проблема успешно решается с помощью WMS систем управления складом».

Система WMS значительно упрощает действия работников и при проведении полной инвентаризации склада. Несмотря на то, что данный тип подсчета требует остановки склада, он занимает значительно меньше времени благодаря четко построенным циклическим инвентаризациям склада. При проведении полных инвентаризаций склада также применяют радиотерминалы.

Эффект от внедрения современных технологий почувствовали компании, стоящие на следующей ступени движения готовой продукции к потребителю: они получают продукт с полной информацией о нем, зафиксированной в штрих коде, и используют его при хранении и операциях с товаром на собственных складах.

Таким образом, внедрение WMS системы управления хранением товарных запасов приводит к следующим эффектам: под управлением WMS системы о товаре, находящемся на складе, известно все, что позволяет осуществлять его скорейшую и правильную обработку; склад начинает работать в режиме «реального» времени и менеджеры по продажам точно знают, какой товар есть на складе; появляется возможность планировать и контролировать результирующие показатели работы склада на основе оперативной, достоверной и полной отчетности; точность подбора возрастает до 99,5% процентов; появляется возможность в любой момент времени отследить точное количество товара и место его нахождения, вплоть до

паллеты и упаковки.

Помимо сокращения числа ошибок, WMS система управления складом позволяет повысить оборачиваемость склада на 7–15% и увеличить коэффициент использования объема на 10–12%.

### **Список литературы:**

1. Гаджинский А.М. Современный склад. Организация, технология, управление и логистика. Учебное пособие. - «Проспект» Москва. 2005. - 175 с.
2. Гаджинский А.М. Современный склад. Организация, технологии, управление и логистика. Учебно-практическое пособие. - М.: ТК Велби, Издательство Проспект, 2005. - 176 с.
3. Денисова И.Н. Организация и технология коммерческой деятельности. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 208 с.
4. Поляков Е., руководитель направления «Складская логистика» компании «БУХта» - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ssklad.ru>
5. Рекомендации по повышению эффективности складского хозяйства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://technology2000.ru>
6. Журнал «Современный склад» №1 «Склад. Скрытые резервы» / 2008 [http://ssklad.ru/arhiv/2008/1\\_08s3.php](http://ssklad.ru/arhiv/2008/1_08s3.php)
7. Силин А.В., Старикова Л.Н. Инновации: перспективы, проблемы, достижения: Материалы III Международной НПК. / под ред. проф. Ботова М.И. – Москва: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2015.

### **ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПЛАНИРУЕМОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПАРКА «ХРЕБЕТ КВАРКУШ»**

**Степанян Юлия Геворковна**

*кандидат химических наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**Пестова Инга Геннадьевна**

*старший преподаватель*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

### **TOURIST POTENTIAL PLANNED NATIONAL PARK "KHREBET KVARKUSH"**

**Stepanyan Yuliya Gevorkovna**

*Candidate of Chemical Sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov University of Economics*

**Pestova Inga Gennadievna**

*Senior Lecturer*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov University of Economics*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье обосновывается создание национального парка «Хребет Кваркуш», расположенного на территории Пермского края. Рассматривается возможность организации детского лагеря на территории планируемого национального парка. Описываются вероятностные профили работы детского лагеря.

## ABSTRACT

The article explains the creation of the national park "Khrebet Kvarkush", located in the Perm region. The possibility of organizing children's camps on the territory of the planned national park. It describes the probability profiles the work of children's camp.

**Ключевые слова:** Национальный парк «Хребет Кваркуш», «жизненный цикл» видов туризма, лагерь для детского отдыха

**Keywords:** National Park "Khrebet Kvarkush", "life cycle" types of tourism, recreation camp for children.

Все большую популярность в мире получают природоориентированные путешествия в национальные парки и уголки дикой природы. Национальный парк – это единственный вид охраняемых природных территорий, совмещающий в себе природоохранные и рекреационные функции. Согласно определению Международного союза охраны природы (МСОП) «Национальный парк – это территория и/или акватория, специально предназначенная для: а) сохранения биоразнообразия и поддержания экологической целостности одной или более экосистем; б) содействия развитию духовного и научного просвещения населения, рекреации и туризма».

Занимая промежуточное положение между охраняемыми природными территориями наиболее и наименее строгого режима охраны, национальные парки призваны одновременно решать задачи сохранения окружающей среды и социально-экономического развития, что дает возможность рассматривать их как самую важную категорию охраняемых территорий. Ведь именно национальные парки занимают первое место по площади (4 млн. км<sup>2</sup>) и числу (3 400 парков) среди категорий охраняемых земель [4, с. 508].

Сегодня на территории Российской Федерации существует 47 Национальных парков. Правительственный план действий по реализации Основ государственной политики в области экологического развития страны [2] включает создание в 2013-2020 годах 19 национальных парков, в том числе - трёх национальных парков в арктической зоне Российской Федерации.

В течение нескольких лет обсуждается вопрос создания Национального парка «Хребет Кваркуш» в Красновишерском районе Пермского края. Туристский потенциал данных территорий был учтен в Краевой целевой программе

"Развитие туризма в пермском крае (2008-2012 годы)" [3].

При разработке данного проекта было проведено кропотливое изучение научных основ и международного опыта в этом вопросе. В первую очередь рассмотрены вопросы подготовленности территории к размещению подобного рода охраняемых природных территорий.

Наиболее интересной и привлекательной территорией Пермского края для организации всех видов природоориентированного и экологического туризма является его северно-уральская часть. Участок территории Северного Урала от Осянки до Хребта Кваркуш, представляет небольшой интерес для туристов, ввиду относительно невысоких горных хребтов [5].

Территории между Вишерским заповедником и хребтом Кваркуш меньше всего подвержены антропогенному влиянию и наиболее часто посещаются туристами. Здесь сохранились большие участки нетронутых лесов, местами целиком покрывающие пространства Северного Урала. Именно в этом месте целесообразно было бы организовать национальный парк, на территории которого оказались бы многие аттрактивные объекты - водопады на реке Жигалан, г. Вогульский камень, г. Круглая сопка, скалы Три брата, г. Казанский камень, Г. Шудья-Пендыш, хребет Белый камень, г. Южная Юбрышка, хребет Хозатумп, хребет Мартай и другие.

На севере Национальный парк будет граничить с Вишерским заповедником, создавая полноценный комплекс охраняемых природных территорий.

Восточную границу Парка предполагается провести по границе со Свердловской областью. Денежкин камень, расположенного на территории Свердловской области.

Южная граница Национального будет пролегать по водоразделу бассейна реки Улс.

Западная граница Парка может быть проложена по реке Вишера. Общая площадь территории Национального парка «Хребет Кваркуш» – около 4000 км<sup>2</sup>.

На территорию Парка проходит несколько дорог с разных сторон, благодаря чему может быть организована несколько входов, как со стороны Пермского



края – от поселка Золотанка, так и со Свердловской области – от города Североуральск. В Парке можно попасть и по воде – в верховья рек Улс и Велс.

Согласно федеральному закону 33-ФЗ от 14.03.1995 N (ред. от 13.07.2015) "Об особо охраняемых природных территориях" (с изм. и доп., вступ. в силу с 24.07.2015) на территории Национальных парков разрешается размещать лагеря и иные объекты туристского сервиса, которые не нанесут ущерб природным комплексам и объектам растительного и животного мира, культурно-историческим объектам. Таким образом, на основании 33 – ФЗ на данной территории возможно осуществление маршрутов следующих видов туризма: экологического, лыжного, водного, велосипедного, и комбинированного [6, с. 10].

Разновидностей туризма огромное множество. Ученые, область научных интересов которых охватывает вопросы географии туризма и развития территорий, выделяют так называемый «жизненный цикл» видов туризма. Именно он позволяет более обоснованно выстраивать стратегии туристского развития каждой территории, каждого субъекта Российской Федерации. В теории «жизненного цикла» выделяют несколько стадий – зарождение, развитие, насыщение, стагнация, упадок, исчезновение.

На территории Пермского края за последние несколько лет основные виды туризма развивались неравномерно. На сегодняшний день на стадии роста находятся велотуризм и экотуризм, на стадии расцвета – горнолыжный, водный. То есть развитие именно этих видов туризма представляется наиболее перспективным и прибыльным.

Национальная Стратегия действий в интересах детей на 2012-2017 годы, утвержденная Указом Президента Российской Федерации от 01.06.2012 г. № 761, и разработанная в целях ее реализации региональная стратегия, утвержденная указом губернатора Пермского края, определили переход от политики выживания, ориентированной преимущественно на семьи, находящиеся в трудной жизненной ситуации, к политике поддержки семейного благополучия. Особое место в этом документе отведено организации отдыха и оздоровления детей – как одному из критериев социального благополучия семьи [1].

Планируемый Национальный парк «Хребет Кваркуш» представляет собой

территорию, которая позволит на территории Пермского края развивать экономически перспективные и одновременно социальные проекты – лагерь для детского отдыха с основами экологического, лыжного, водного, велосипедного туризма.

Проект детского лагеря на территории «Хребта Кваркуш» разрабатывается на основе традиционной система классификации детских лагерей по условиям пребывания и по содержанию пребывания.

Лагеря круглогодичного действия располагают зданиями капитальной постройки с отапливаемыми помещениями, удобствами в спальнях корпусах для пребывания в них детей в течение всего года, закрытыми помещениями для занятий спортом, проведения культурно-массовых мероприятий и при необходимости – учебными классами.

Лагеря сезонного действия работают только в летний период времени (июнь – август), имеют условия для занятий спортом и проведения досуга, но здания не отапливаются (за редким исключением).

Основное внимание при разработке Проекта уделяется инфраструктура лагеря, программам пребывания детей – ориентация на реализацию определенного профиля – специальное оборудование и профессиональный персонал по данному профилю.

В первую очередь прорабатывается возможность реализации следующих профилей: санаторный лагерь (наличие условий и медицинской базы для лечения детей); туристский (туристское снаряжение, наличие тренировочных площадок с оборудованием, проведение многодневных походов); научные (экологические – на территории национальных парков); военно-патриотические (как курс подготовки молодых людей к службе в рядах Вооруженных сил).

Несмотря на различную принадлежность лагерей, у них всех одна главная задача – организовать полноценный безопасный и интересный (познавательный, образовательный) отдых детей, создать условия для их оздоровления.

Особое место в проекте детского лагеря на территории планируемого Национального парка «Хребет Кваркуш» уделяется организации питания детей и разработке аттрактивных туристических продуктов. Этим вопросам будут посвящены несколько статей.

### **Список литературы:**

1. Указ Президента Российской Федерации от 01.06.2012 г. № 761. Точка доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/35418>.
2. Распоряжение Правительства РФ от 18.12.2012 № 2423-р «Об утверждении Плана действий по реализации Основ государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 года» / Российская Газета. – 25 декабря 2012 г.
3. Краевая целевая программа "Развитие туризма в Пермском крае (2008-2012 годы)". Точка доступа: <http://mintorg.permkrai.ru/article/show/1944>.
4. География туризма: Учебник / Кол. авторов; под редакцией А.Ю. Александровой; М - КНОРУС, 2008. – 592 с.
5. Королев А.Ю. «Обоснование создания национального парка «Хребет Кваркуш» на территории Красновишерского района Пермского края». Географический вестник. Туризм и краеведение. 1(20) 2012.
6. Теоретические аспекты географии туризма / Зырянов А.И; Перм. гос. нац. иссл. ун-т. – Пермь, 2013. – 158 с.

### **К ВОПРОСУ ЗЕМЛЕОТВЕДЕНИЯ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ КОМПЛЕКСОВ**

**Степанян Юлия Геворковна**

*кандидат химических наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**Шестакова Кристина Геворковна**

*главный специалист отдела капитального строительства*

*ОАО "Трест №14", г. Пермь*

**Знаменская Екатерина Константиновна**

*преподаватель*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

### **THE ISSUE FOR ALLOCATION OF LAND OF TOURIST AND RECREATIONAL COMPLEX**

**Stepanyan Yuliya Gevorkovna**

*Candidate of Chemical Sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov University of Economics*

**Shestakova Kristina Gevorkovna**

*Chief specialist of the department of capital construction*

*of JSC «Trest №14», Perm*

**Znamenskaya Ekaterina Konstantinovna**

*Lecturer*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov University of Economics*

### **АННОТАЦИЯ**

В данной статье рассматриваются вопросы правового регулирования землеотведения в туристской деятельности. Сегодня проектирование туристских объектов и рекреаций рассматривается как неотъемлемая составляющая развития территории, а потребность в отдыхе, рост мобильности общества ведет к появлению и возникновению новых форм рекреации.

## ABSTRACT

This article deals with the legal regulation of the allocation of land in tourist activity. Today, the design of tourist facilities and activities is considered as an integral part of the territory, and the need for rest, increase the mobility of society leads to the emergence and rise of new forms of recreation.

**Ключевые слова:** землеотведение, туристско-рекреационный комплекс, генеральный план.

**Keywords:** allocation of land, tourist and recreational complex, a master plan.

Преобразования в сфере туризма, формирование нового качества жизнедеятельности рекреации заставляют по-новому взглянуть на пространственную организацию туризма в нашей стране. Туристская индустрия становится неотъемлемой частью социального поведения значительной части населения.

Потребность в отдыхе, рост мобильности общества ведет к появлению и возникновению новых форм рекреации, освоению новых туристических маршрутов. Данная тенденция наблюдается во всех регионах России, в том числе и в Пермском крае [5, с. 72].

Сегодня проектирование туристских объектов и рекреаций рассматривается как неотъемлемая составляющая развития территории. На первый план выходит вопрос правового регулирования землеотведения в туристской деятельности.

Согласно статье 7 Земельного кодекса РФ [2] земли в Российской Федерации по целевому назначению подразделяются на несколько категорий, одна из которых – земли особо охраняемых территорий и объектов (ООТ). Эта категория земель, как и все остальные, имеет свой порядок использования оборота и изъятия.

Основное предназначение земель ООТ – в удовлетворении потребностей граждан в отдыхе. К ним относятся земли рекреационного назначения; историко-культурного назначения; особо ценные земли эстетического, оздоровительного значения.

Земли рекреационного назначения – земли, предназначенные и используемые для организации отдыха, туризма, физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности граждан, так же – территории, на которых располо-

жены туристические базы, стационарные и палаточные туристско-оздоровительные лагеря, детские туристические станции, туристские парки, учебно-туристические тропы, трассы, детские и спортивные лагеря и др. [2].

Согласно статье 27 Земельного Кодекса РФ земли ООТ в целом и рекреационные в частности не изъяты и не ограничены в обороте, однако для них устанавливается особый правовой режим, ограничивающий или запрещающий виды деятельности, которые несовместимы с основным назначением этих земель.

Свободный оборот земель рекреационного назначения, в отличие от земель особо охраняемых природных территорий, означает возможность их нахождения в частной собственности, в том числе в порядке приватизации. Однако на сегодняшний день нет четкого алгоритма действий для создания таких территорий, ведь согласно пункту 1 статьи 94 Земельного Кодекса РФ данная подкатегория земель должна быть полностью выведена из хозяйственного использования и оборота.

Признание земель землями рекреационного назначения не влечет за собой изъятие земельных участков у собственников, землепользователей, землеуладельцев и арендаторов. При этом использование и распоряжение такими землями ограничивается режимом, установленным для этих земель [4, с. 80].

Существует множество определений туристско-рекреационного комплекса (ТРК). Согласно одному из них ТРК представляет собой совокупность экономических отношений и институтов, которые определяют характер функционирования, взаимодействия объектов хозяйствования, обеспечивающих производство и реализацию туристско-рекреационных услуг [6, 7]. Согласно данной трактовке компоненты ТРК могут располагаться не только на отдельных территориях, но и могут быть включены в городскую инфраструктуру. В этом случае вопрос использования земель подчиняется законам территориального планирования.

Правильный выбор земельного участка под строительство рекреационных объектов, строительство и дальнейшая эксплуатация невозможны без учета все-

го комплекса нормативно-правовой базы градостроительной деятельности.

Наиболее важным для городского и сельского поселения документом территориального планирования, отражающим весь круг задач его пространственного развития, являются генеральные планы, которые утверждаются представительным органом муниципального образования.

Генеральный план – это документ территориального планирования, в котором представлены транспортные, архитектурно-планировочные, инженерные, социальные, производственные и экологические аспекты развития города, т.е. – это картина будущего населенного пункта, которая предлагает наиболее эффективные пути решения проблем населенных пунктов и помогает поставить цели развития с учетом реальных временных, финансовых, организационных, человеческих и других ресурсов.

Генеральный план призван обеспечить повышение качества жизни горожан; оптимизацию градостроительной, земельной и инвестиционной политики; улучшение транспортного обслуживания и экологической ситуации; развития инженерной инфраструктуры; модернизацию производственных территорий [1].

Вторым по значимости в процессе планирования развития территорий документом являются правила землепользования и застройки [6, 7].

Управление застройкой территории осуществляется органами местного самоуправления на основе проектов планировки, межевания и застройки территорий, которые разрабатываются кварталов, микрорайонов и т.д. Именно на этапе планирования определяется расположение зданий, строений и сооружений, этажность, тип и другие характеристики, архитектурное решение застройки, системы инженерного оборудования, связи и благоустройства, организация движения транспортных средств и пешеходов и др.

Согласно статье 83 и пункту 1 статьи 85 Земельного Кодекса РФ населенные пункты, а также земли, предназначенные для застройки и развития населенных пунктов, относятся к категории земель населенных пунктов. В составе данных земель выделяются зоны рекреационного назначения. В пункте 9 статьи

85 Земельного Кодекса РФ перечислены территории, относящиеся к рекреационным – это земельные участки, занятые городскими лесами, скверами, парками, городскими садами, прудами, озерами, водохранилищами, используются для отдыха граждан и туризма.

Особенностью рекреационных зон в составе земель населенных пунктов является то, что их правовой режим определяется не правовыми нормами Земельного Кодекса РФ, посвященными землям рекреационного назначения в составе земель особо охраняемых территорий и объектов, а градостроительным регламентом территориальной зоны, устанавливаемым правилами землепользования и застройки.

Граждане могут свободно пребывать на землях рекреационного назначения, находящихся в государственной и муниципальной собственности, если они не закрыты для доступа. При этом они обязаны соблюдать режим земель рекреационного назначения.

Что касается земельных участков, принадлежащих на праве собственности или иных правах на землю гражданам и юридическим лицам, отнесенных к землям рекреационного назначения, то доступ на них возможен в порядке, установленном законодательством РФ (статья 262 Градостроительного Кодекса РФ), т.е. с согласия частного собственника [1].

Предоставление земельных участков для рекреационных нужд в границах населенных пунктов, осуществляется, согласно статье 39.3 Земельного Кодекса РФ путем Продажи земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности на торгах, проводимых в форме аукционов, и, согласно статье 39.6 путем заключения договора аренды земельного участка, находящегося в государственной или муниципальной собственности, на торгах, проводимых в форме аукциона.

На территории г. Перми градостроительная деятельность и все процедуры землепользования регулируется Генеральным планом г. Перми (утвержден Решением Пермской городской Думы от 17.12.2010 № 205) и Правилами землепользования и застройки г. Перми (утверждены Решением Пермской городской

Думы от 26.06.2007 N 143).

Генеральный план города Перми условно делит территорию города на функциональные зоны.

Функциональные зоны – части территории г. Перми различных видов, для которых установлены границы и функциональное назначение, определяемое соответствующими характеристиками и параметрами.

Виды функциональных зон определены применительно ко всей территории городского округа в его административных границах (за исключением территорий водных объектов) и представлены в виде стандартных территорий нормирования благоприятных условий жизнедеятельности населения (СТН) – зоны селитебного назначения, в пределах которых расположены или могут быть расположены дома, предназначенные для постоянного проживания, и территорий ситуативного проектирования (ТСП) – функциональные зоны, расположенные вне границ стандартных территорий нормирования, именно к ним относятся зоны рекреационных и специальных объектов и экологического природного ландшафта. Согласно действующему Генеральному плану только в этих двух зонах на территории г. Перми возможно размещение туристско-рекреационных объектов [3].

#### **Список литературы:**

1. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 N 190-ФЗ.
2. Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 N 136-ФЗ.
3. Постановление Администрации г. Перми от 02.12.2013 № 1118 "Об утверждении Концепции развития банного хозяйства на территории города Перми".
4. Система муниципального управления: Учебник для вузов (3-е издание, переработанное и дополненное) / под ред. В.Б. Зотова – Питер Пресс, 2007. – 310 с.
5. Теоретические аспекты географии туризма / Зырянов А.И; Перм. гос. нац. иссл. ун-т. – Пермь, 2013. – 158 с.
6. Туристско-рекреационный комплекс: сущность, функции и структура / Полякова И.Л. / ВЕСТНИК ОГУ №13 (132) / декабрь, 2011.
7. Экологизация управления в сфере туристско-рекреационных услуг: автореф. дис. канд. экон. наук. Штрек П.А. – СПб, 2010. – 26 с.



# **АКТУАЛИЗАЦИЯ ТЕХНОЛОГИИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ**

**Тиунова Наталья Геннадьевна**

*старший преподаватель*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

## **UPDATING THE TECHNOLOGY OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS IN THE POST-INDUSTRIAL STAGE OF DEVELOPMENT OF PUBLIC RELATIONS**

**Tiunova Natalya Gennadievna**

*Senior lecturer*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

### **АННОТАЦИЯ**

Статья посвящена вопросам актуализации технологий интегрированных маркетинговых коммуникаций в период развития постиндустриальных общественных отношений. Приведены понятия и подходы к классификации интегрированных маркетинговых коммуникаций в современных рыночных условиях.

### **ABSTRACT**

The article deals with the mainstreaming of technology integrated marketing communications in the period of postindustrial development, social relations. The notions of and approaches to the classification of integrated marketing communication in modern market conditions.

**Ключевые слова:** интегрированные маркетинговые коммуникации, бизнес, общественные отношения, технологии.

**Keywords:** integrated marketing communications, business, public relations, technology.

Синергетический эффект используемых в рамках современного бизнеса интегрированных маркетинговых коммуникаций оказался на столько значимым, что специалисты самых разных сфер деятельности всё чаще обращаются к теме изучения этой технологии в различных аспектах.

Новая парадигма интегрированных маркетинговых коммуникаций разными исследователями понимается и как узкоспециализированная методика прикладного характера, и как социально-культурное явление, являющееся характерной особенностью современной общественной формации. Данное разнообразие исследовательских и методологических изысканий может стать основанием для построения своеобразной иерархии сфер применения технологии ИМК и, как следствие, понимания актуальности данной научно-практической методики.

Напомним, что в своем классическом определении, данном Полем Смитом, технология интегрированных маркетинговых коммуникаций характеризуется как "взаимодействие всех форм комплекса коммуникаций, при котором каждая форма коммуникаций должна быть интегрирована с другими инструментами маркетинга и подкреплена ими для достижения максимальной экономической эффективности" [2].

Далее в ходе развития научной мысли и практики такой ученый как Дон Шульц [1] развивает эту идею до уровня синергетического многоуровневого понимания интегрированных маркетинговых коммуникаций как элемента менеджмент-маркетинга компании. Учитывая просматриваемый многоплановый вектор понимания функциональной значимости теории ИМК, целесообразно оформить соответствующую ему систему актуализации рассматриваемой методики.

Первый уровень научного видения специфики применения технологии интегрированных маркетинговых коммуникаций может быть оформлен как прикладной методологический подход к формированию внутрикорпоративных информационных потоков, обеспечивающих эффективное управление внутренними организационными процессами - это коммуникативная интеграция информационных материалов всех уровней компании, всех её дивизионов, подразделений и работников. Именно технологии ИМК позволяют объединить в единый информационный поток управленческие, производственные, нормативные, финансовые, событийные, межличностные и идентификационные коммуникативные материалы.

Актуальность технологии ИМК для менеджмент-маркетинга коммерческой компании бесспорна, так как это, в первую очередь, информационная координация и динамизация основных рабочих процессов. Актуальна в данном ракурсе рассмотрения технология ИМК и как эффективная методика управления персоналом. ИМК, имея целевую ориентацию на формирование корпоративной команды и единой бренд-личности компании, становится инструментарием оформления философии компании: её миссии, ценностей и основных

принципов и обеспечения функционирования внутрикорпоративного ценностно-нормативного пространства конкретной бизнес-единицы. Более того, ИМК – это эффективный инструмент построения управляемого имиджа бизнеса и, возможно, более того, формирования позитивной репутации компании, ведущих к обеспечению сильного корпоративного бренда, обладающего значительной эмоциональной и экономической ценностью.

Следует отметить и иной традиционный уровень понимания содержания и, следовательно, актуализации технологии интегрированных маркетинговых коммуникаций – это информационное сопровождение микроэкономических бизнес-отношений коммерческой компании. Именно рассматриваемая коммуникативная технология является основным инструментом осуществления процесса продвижения производимых товаров на потребительский рынок. Она же обеспечивает формирование покупательского предпочтения к продукту, выделяя соответствующее коммерческое предложение среди конкурентных.

Более того, именно технология интегрированных маркетинговых коммуникаций формирует эмоциональную и экономическую ценность товарного бренда для её полиэдральных контактных аудиторий. В рамках данного вопроса речь идет о необходимости объединения бизнес-коммуникаций, обеспечивающих продвижение реализуемой продукции как элемента её комплекса маркетинга и как составляющей клиентоориентированное коммерческое производство.

Все перечисленные максимально актуальные для бизнеса программные разработки в рамках технологии ИМК могут быть реализованы в различных синтетических вариациях. Это может быть интеграция различных маркетинговых коммуникативных инструментов в рамках одного коммерческого сообщения. Более того, в рамках технологии ИМК поэтапно может быть осуществлено объединение потенциально разных маркетинговых коммуникативных инструментов вокруг бренда, постепенно формирующего единый коммуникативный вербально-визуальный образ товара и его уникальную идентификацию.

Актуальна технология ИМК и в вопросе процессуального коммуникатив-

ного сопровождения бренда на всех этапах его жизнедеятельности, от его выхода на рынок, через рост и зрелость, к этапу спада или инновационной модификации. Повышается актуальность технологии интегрированных маркетинговых коммуникаций в кризисных ситуациях функционирования бренда. В данном случае речь идет об интеграции маркетинговых коммуникативных инструментов репутационного менеджмента в формате антикризисных коммуникативных маркетинговых мероприятий, где только активная системная модернизация информационных посылов компании может обеспечить позитивное разрешение сложного для бизнеса периода. Актуальна технология ИМК и в рамках использования коммерческого потенциала таких маркетинговых методик как ситуативный и кросс-промоушн.

На современном этапе развития общественных отношений актуальность технологии интегрированных маркетинговых коммуникаций уже рассматривается вне рамок исключительно микроэкономических форматов функционирования бизнеса.

Новая парадигма маркетинговых бренд-коммуникаций уже рассматривается исследователями как активный компонент функционального обеспечения макроэкономических и социокультурных сфер общества. И это вполне объяснимо, ведь результатом активного использования технологии ИМК становится повсеместное формирование глобальных брендов, глобализаций производств и формирование всеохватывающих корпоративных полиэдральных информационных потоков, которые в своей сложной системе воздействия на общественное сознание формируют самодостаточные социальные симулякры, задающие определённые векторы всё усиливающейся гедонизации общественных отношений.

Технологии интегрированных маркетинговых коммуникаций актуализируются не только в сфере товародвижения, но и в сфере обеспечения функционирования политических партий, государственных и социальных лидеров, отдельных территорий и целых государств. Все эти бренд-образования формируют ценностные ориентиры и идеологию потребительского общества.

Итак, технология ИМК актуальна и для обеспечения эффективного внутрикорпоративного информационного сопровождения процесса товаропроизводства и для продвижения компаний и товаров, а также для обеспечения функционирования всех социальных институтов постиндустриальной общественной формации.

#### **Список литературы:**

1. Шульц Д. Новая парадигма маркетинга. Интегрируемые маркетинговые коммуникации. - М.: Эксмо, 2007. - 298 с.
2. Смит П., Бэрри К., Пулфорд А. Коммуникация стратегического маркетинга. - М.: ЮНИТА-ДАНА, 2001.

### **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ АПК РОССИИ В УСЛОВИЯХ ВВЕДЕНИЯ ВНЕШНИХ САНКЦИЙ**

**Шушарин Валерий Федорович**

*кандидат экономических наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

### **CURRENT STATE OF RUSSIAN APC IN THE ADMINISTRATION OF FOREIGN SANCTIONS**

**Shusharin Valery Fedorovich**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

*Perm Institute(Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

#### **АННОТАЦИЯ**

В статье анализируется состояние АПК России и АПК Пермского края в условиях проведения политики замещения импорта продовольствия. Отмечается, что введение ответных санкций стало импульсом для развития сельского хозяйства при значительной поддержке государством отечественного товарного производства.

#### **ABSTRACT**

The article analyzes the state of Russian agriculture and agro-industrial complex of the Perm region in the conditions of a policy of import substitution of food. It is noted that the introduction of retaliatory sanctions was the impetus for the development of agriculture with strong support by the state of the domestic commodity production.

**Ключевые слова:** агропромышленный комплекс, сельское хозяйство, замещение импорта продовольствия.

**Keywords:** agribusiness, agriculture, import substitution of food.

Ситуация продовольственного обеспечения страны в условиях введения внешних экономических санкций ставит проблему реального замещения импорта в качестве приоритета национальной безопасности России. Продовольст-

венная независимость государства считается достаточной, если доля отечественных продуктов питания в общем объеме потребления населением составляет не менее 70%. В 2014 году с целью защиты национальных интересов правительством был введен запрет на ввоз сельскохозяйственной продукции и продовольствия из стран, которые ввели санкции против нашей страны. Для замещения ранее ввозимого из-за рубежа продовольствия были приняты меры по переводу части импорта на другие государства. Минсельхоз Российской Федерации подготовил новую доктрину продовольственной безопасности страны, увеличив параметры отечественного производства по мясу и сахару до 90%, а по растительному маслу и рыбе до 85% [10]. Соответствующие изменения были внесены в государственную программу развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы. Так, в перечень целей программы включено ускоренное замещение импорта говядины, свинины, мяса птицы, молока, овощей открытого и закрытого грунта, семенного картофеля и плодово-ягодной продукции, а в число задач программы добавлено стимулирование производства основных видов продукции и пищевых продуктов.

Проблема реального замещения импорта продовольствия, как полагают видные ученые аграрного направления, может быть успешно решена, поскольку Россия для увеличения производства продукции располагает необходимым количеством пашни, водными и трудовыми ресурсами. Активно стимулируя замещение импорта продовольствия, государство вместе с тем должно проводить аналогичные мероприятия по стимулированию его экспорта. Наращивание экспорта, по мнению В. Узуна, будет способствовать росту доходов товаропроизводителей и государства [19, с. 17]. В сельском хозяйстве трудятся 5,1 млн. человек, что составляет 7,2% занятых в экономике страны. В настоящее время в отрасли используется 13% земельной площади и почти пятая часть потребляемых водных ресурсов. Вместе с тем за счет расширения интенсификации сельскохозяйственного производства объем выпуска продукции на оставшихся в обороте землях можно увеличить, как полагает И.Н. Буздалов, в 2–2,5 раза [5].

Наращивание внутреннего выпуска конечной продукции сельского хозяйства становится приоритетом для обеспечения продовольственной безопасности страны. Продовольственная безопасность определяется способностью государства удовлетворять потребности населения в продуктах питания в объемах, качестве и ассортименте, соответствующих принятым стандартам и нормам, вне зависимости от внешних и внутренних угроз [9, с. 50]. Производство продукции агропромышленного комплекса зависит от стоимости используемой техники и оборудования, энергоресурсов, сырья и материалов, рабочей силы, а также от наличия финансовых ресурсов. Нарушение паритета экономических отношений между сельским хозяйством и смежными с ним отраслями промышленности, сложившееся в период перехода экономики страны к рыночным отношениям, до сих пор, к сожалению, не преодолено. Диспаритет цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию приводит к тяжелым финансовым последствиям для сельских товаропроизводителей и предприятий перерабатывающей отрасли. Недостаточная государственная поддержка агропромышленного комплекса и несовершенство действующего экономического механизма хозяйствования, как справедливо полагает А.Н. Семин, сказываются на снижении уровня рентабельности сельскохозяйственных предприятий. Так, совокупная государственная поддержка составляет менее 6% стоимости валовой продукции сельского хозяйства, в страховании участвуют менее 4% хозяйствующих субъектов, менее трети сельскохозяйственных организаций имеют возможность воспользоваться кредитными ресурсами, всего лишь десятая часть крестьянских (фермерских) хозяйств участвует в кредитовании [18, с. 9].

На важность развития зернового хозяйства страны, его способность обеспечить продовольственную безопасность в части надежного снабжения государства зерном и продуктами переработки обращает внимание А. Алтухов. Основными свойствами устойчивого функционирования зернопродуктового подкомплекса АПК России являются равновесие, сбалансированность, пропорциональность и как закономерный результат – экономичность, устойчивость, динамичность и эффективность развития [1, с. 33-34]. В действительности эконо-

мические процессы в лучшем случае приближаются к состоянию равновесия, к относительно сбалансированному спросу и предложению. В настоящее время перед хозяйственной практикой и, соответственно, экономической теорией, как отмечает А. Алтухов, ставятся новые задачи, сложность, динамичность и масштабность решения которых особенно возрастает в условиях, когда в социально-экономической политике государства допускаются резкие сдвиги в воспроизводственном процессе, в том числе, в аграрной сфере экономики. Критериальными признаками эффективного функционирования зернопродуктового подкомплекса АПК России становятся его равновесие и устойчивость развития. Решающую роль в обеспечении наибольшей отдачи от ресурсного потенциала играют такие субъективные факторы, как профессионализм управленцев и качество практики управления.

При уровне рентабельности зернового хозяйства около 15% возможно только инерционное развитие. Расширенное воспроизводство зерна может быть достигнуто только при уровне рентабельности свыше 35%. Экспорт российского зерна, как известно, составляет примерно 13 -15 млн. тонн в год. В связи с этим А.Н. Семин полагает, что экспортировать желательно не зерно, а продукты его глубокой переработки, тогда на каждой тонне экспортной продукции можно было бы дополнительно получить 15 тысяч рублей [18, с. 13]. Примером диспаритета цен в зернопродуктовом подкомплексе АПК России является соотношение цен на пшеницу и дизельное топливо. Ни в одной промышленно развитой стране не наблюдается ситуация, при которой литр дизельного топлива по стоимости соответствовал бы пяти килограммам зерна [12, с. 42].

Рассмотрим возможности предприятий агропромышленного комплекса по замещению импорта ряда основных продуктов питания.

Так, по мясу птицы процесс замещения импорта уже идет. Птицеводство - это отрасль с ускоренным циклом воспроизводства, для получения бройлера весом 3-4 кг требуется 50-60 дней. Продукция птицеводства – мясо птицы и яйцо - по цене доступна для населения страны, то есть имеются возможности роста птицеводства за счет увеличения внутреннего потребления. Доля произво-



димой по инновационным технологиям продукции птицеводства возросла с 7,3% в 2008 г. до 14,5% в 2012 г. Для успешного замещения импорта необходимо обратить внимание на развитие производства комбикормов [8, с. 24-25].

Производство свинины в 2013г. в сельскохозяйственных предприятиях страны возросло на четверть за счет выделения из федерального бюджета разовой дотации для компенсации увеличения стоимости кормов. Объективным фактором, сдерживающим развитие свиноводства, по мнению В. Гончарова, является отсутствие трудовых ресурсов необходимой квалификации. Для обеспечения конкурентоспособности свинины необходима организация производства на новой технологической базе во всех категориях хозяйств.

Для осуществления замещения импорта молочных продуктов необходимо применение биологического блока инноваций, достижений мировой и отечественной селекции. Известно, что в индустриально развитых странах наблюдаются следующие тенденции: увеличение доли переработки молока на сыр и сухие молочные продукты при достаточно высоком уровне его использования на питьевое молоко, сокращение потребления животного масла на душу населения. Вместе с тем в России из-за нерациональной структуры производства и переработки молока в последние годы физиологическая норма потребления сыра удовлетворяется лишь частично. В молочном скотоводстве, как полагает В. Гончаров, следует уделить внимание укреплению кормовой базы, в первую очередь, расширив посевы зернобобовых культур. Предприятия молочной промышленности производят недостаточно более ценных маложирных продуктов с повышенным содержанием белка [8, с. 26-29]. Если самообеспеченность населения страны по молочным продуктам составляет около 80%, то доля собственного производства сливочного масла 66%, а сыров - только 50%. В настоящее время основными поставщиками сыров в нашу страну являются Беларусь (66,7%), Аргентина (12,7%), Уругвай (11,1%) и Сербия (3,4%) [4, с. 87-89].

Обратимся к анализу динамики развития сельского хозяйства страны за последние годы.

В 2013 году, относительно благоприятном для развития сельского хозяй-

ства, темпы роста производства продукции были выше, чем в других отраслях. Росту производства способствовала увеличившаяся государственная поддержка сельского хозяйства. Значительное внимание было уделено мобилизации внутренних ресурсов, повышению товарности продукции, созданию стимулов для развития отечественного товаропроизводства. Однако лишь с учетом субсидий уровень рентабельности сельского хозяйства составил 9,3%.

В 2014 году, несмотря на сложные погодные условия в ряде регионов, объем выпуска продукции сельского хозяйства, произведенной всеми товаропроизводителями страны, составил 103,7% по отношению к предыдущему году. Объем выпуска продукции растениеводства увеличился на 5,0%, а продукции животноводства – на 2,1%. Существенно возросло производство зерна, сбор его в весе после доработки составил 103,8 млн. тонн, что на 12,3% больше, чем было собрано в предыдущем году. поголовье крупного рогатого скота на конец 2014 года составило 19,3 млн. голов против 19,6 млн. голов в 2013 году. Увеличилось поголовье свиней, овец и коз, а также птицы. Низкие темпы обновления сельскохозяйственной техники были связаны с недостатком собственных финансовых средств в сельскохозяйственных организациях. Производство мяса и мясопродуктов увеличилось на 6,1%, молочных продуктов – на 2,9%, продукции из картофеля, овощей и фруктов – на 6,7%. Доля продукции, производимой сельскохозяйственными организациями, возросла до 48,6%, а доля продукции крестьянских (фермерских) хозяйств увеличилась до 10,0%. Вместе с тем доля продукции хозяйств населения уменьшилась до 41,4% [3, с. 48].

В 2014 году на государственную поддержку сельскохозяйственного производства и социальное развитие села были выделены бюджетные ассигнования в объеме 190 млрд. руб., в том числе на развитие животноводства - 68,9 млрд. руб.; на развитие растениеводства – 47,8 млрд. руб.; на техническую и технологическую модернизацию – 1,9 млрд. руб.; на развитие мясного скотоводства – 6,7 млрд. руб.; на поддержку малых форм хозяйствования – 8,2 млрд. руб. Кроме того, согласно государственной программе, оказана помощь сельскому хозяйству в размере 37,4 млрд. руб.; согласно федеральной целевой про-

грамме (ФЦП) «Развитие мелиорации земель сельскохозяйственного назначения» - 7,9 млрд. руб., а согласно ФЦП «Устойчивое развитие сельских территорий» - 11,3 млрд. руб. В агропромышленном комплексе России действуют следующие формы государственной поддержки хозяйств: субсидирование кредитов – краткосрочных и инвестиционных, а также кредитов для малых форм хозяйствования; погектарная поддержка хозяйств; выделение субсидий на 1 кг молока; страхование с государственной поддержкой; гранты фермерским (крестьянским) хозяйствам; выделение субсидий на приобретение сельскохозяйственной техники [7, с. 11]. В 2014 году уровень рентабельности сельского хозяйства с учетом субсидий возрос до 16,2%, а без учета субсидий составил всего лишь 6,7%. За последние пять лет инвестиции в основной капитал отрасли увеличились только на 6,6% [6, с. 22]. Оплата труда работников сельского хозяйства по-прежнему низка, ее доля равна 54,0% от общероссийского уровня оплаты труда по экономике страны в целом.

Удельный вес продукции сельского хозяйства в валовом внутреннем продукте страны сократился до 3,7%. В настоящее время насыщенность внутреннего рынка отечественной продукцией по зерну составляет 76%, по мясу и мясопродуктам – 67%, по овощам и бахчевым – 43%. Россия по глобальному индексу продовольственной безопасности занимает 29 место в мире, опережая лишь страны СНГ. Население России питается ниже рациональных норм потребления по молоку, мясу и мясопродуктам, рыбе, фруктам и ягодам. Для того чтобы питание соответствовало рациональным нормам, государству необходимо производить: зерна в количестве 120,0 млн. тонн в год; мяса и мясопродуктов - 8,2 млн. тонн; молока – 64,0 млн. тонн; куриных яиц – 45,0 млрд. шт. [18, с. 13].

В 2015 году, после введения государством ответных санкций, на развитие молочного скотоводства были выделены бюджетные средства в размере 247,4 млрд. руб.; на развитие оптовых распределительных центров и инфраструктуры социального питания – 79,3 млрд. руб.; на поддержку племенного дела, селекции и семеноводства – 77,3 млрд. руб.; на развитие овощеводства открытого и

защищенного грунта и семенного картофелеводства – 43 млрд. руб. [7, с. 11].

Отечественный и зарубежный опыт показывает, что современные технологии могут эффективно применяться не только на предприятиях индустриального типа, но и в сравнительно небольших потребительских кооперативах при кооперации малых форм хозяйствования - крестьянских (фермерских) хозяйств и семейных ферм. Кооперация как социальное демократическое движение при должном внимании и поддержке со стороны государства способно обеспечить повышение качества жизни сельского населения, укрепить продовольственную безопасность страны. По данным Центросоюза России, более чем в 70 регионах страны действует около 3 тысяч потребительских обществ, свыше 12 тысяч приемно-заготовительных пунктов. Кооперативы организуют закупку, переработку и реализацию продукции, произведенной малыми формами хозяйствования. В кооперативах обеспечиваются более высокая мотивация к труду и строгий контроль расходования финансовых средств, с меньшими затратами внедряются достижения научно-технического прогресса в производство, что повышает конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции. С помощью развитой кооперации можно максимально расширить каналы сбыта продукции отечественных товаропроизводителей, особенно небольших фермерских хозяйств [16, с. 11].

Рассмотрим особенности функционирования АПК Пермского края в условиях проведения политики замещения импорта продовольствия.

В 2014 году сельскохозяйственными организациями региона произведено продукции на 7,1% больше по сравнению с 2013 годом, а в крестьянских (фермерских) хозяйствах, включая индивидуальных предпринимателей, производство продукции увеличилось на 34,2% . Посевные площади в сельскохозяйственных организациях сократились на 11 тыс. га, а в крестьянских (фермерских) хозяйствах - возросли на 14,2 тыс. га. На 1 января 2015 года в хозяйствах всех категорий содержалось 246,6 тыс. голов крупного рогатого скота, что на 2,9% меньше, чем год назад, из них 103,0 тыс. голов приходится на дойное стадо. В сельскохозяйственных организациях края содержится 70,1% всего поголовья

крупного рогатого скота, 81,0% свиней и 94,6% птицы. В 2014 году производство молока в хозяйствах всех категорий увеличилось на 2,2%, а производство яиц возросло на 9,4% [11, с. 2].

Программы поддержки предприятий агропромышленного комплекса, действующие в Пермском крае, дали мощный толчок развитию отрасли. Основная государственная программа, финансируемая из бюджета, - «Развитие сельского хозяйства и устойчивое развитие сельских территорий в Пермском крае». Всего на развитие АПК в 2014 году было направлено 3 млрд. 563 млн. руб., в том числе из федерального бюджета - 1 млрд. 397 млн. руб. Это почти на 11% выше уровня прошлого года. Ставка в аграрной политике сделана на поддержку инвестиционных проектов и наращивание производственной базы. Так, объем инвестиций в сельское хозяйство края достиг 2 млрд. 261 млн. руб., что на 2,7% больше, чем в 2013 году. Благодаря модернизации птицефабрик в перспективе регион сможет полностью удовлетворить свою потребность в мясе птицы [17, с. 13].

Введение ответных санкций подтолкнуло многие предприятия сельского хозяйства к интенсивному развитию. В то же время государственные вложения капитала в АПК Пермского края увеличились в растениеводстве до 70%, а в животноводстве - до 60%. Впервые предприниматели обратили внимание на сельское хозяйство как на выгодный бизнес. Что касается кредитования, то финансовые организации снижают процентные ставки, а правительство предлагает субсидии на погашение займов. За 9 месяцев 2015 года производство продукции в сельскохозяйственных организациях увеличилось на 4,8% по сравнению с тем же периодом 2014 года, а производство продукции в крестьянских (фермерских) хозяйствах, включая индивидуальных предпринимателей, возросло на 10,0%. Малые формы хозяйствования действовали более эффективно, однако базой отрасли остаются крупные сельскохозяйственные предприятия, на долю которых приходится 70% всей произведенной продукции. В сельскохозяйственных организациях выращиваются зерновые и кормовые культуры, а в личных подсобных хозяйствах населения – картофель и овощи. Производство

молока в хозяйствах всех категорий увеличилось на 2,4%, а производство яиц – на 10,2%. Реализация молочной продукции, а также скота и птицы выросла по сравнению с прошлым годом на 4,4% и 7,5% соответственно. Куриных яиц отгружено на 12,3% больше, чем в 2014 году [12, с. 2].

Одно из главных направлений развития АПК Пермского края - племенное животноводство. На увеличение мясного и молочного стада в 2014 году было выделено свыше 40 млн. руб., а в 2015 году - 97 млн. руб. Дополнительно местным органам власти удалось привлечь 56 млн. руб. из федерального бюджета. Так, сельхозпредприятиям выделяют средства на строительство новых животноводческих комплексов, покупку и разведение скота, сбыт молока и мяса, увеличение посевных площадей [14, с. 7].

В 2015 году в Пермском крае утверждена новая программа, стимулирующая развитие малых форм предпринимательства в сельскохозяйственной отрасли – «Развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации в Пермском крае на 2015-2017 годы». Программа предусматривает выделение грантов сельскохозяйственным кооперативам в размере до 5 млн. руб. на один кооператив. Гранты будут выделяться как за счет средств бюджета Пермского края, так и средств из федерального бюджета. В 2015 году Правительство России утвердило порядок распределения субсидий регионам на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства. В связи с этим Пермский край может рассчитывать примерно на 290 млн. руб. Ранее был увеличен объем средств, выделяемых бюджетам регионов на развитие семейных ферм и средств для начинающих фермеров. Сумма дополнительных субсидий составила около 100 млн. руб. Из федерального бюджета было выделено также 22 млн. руб. на возмещение части процентной ставки по инвестиционным кредитам, направляемым на развитие растениеводства, переработку и развитие инфраструктуры и логистического обеспечения рынков [12, с. 2].

Предполагается, что в 2016 году федеральный бюджет будет поддерживать развитие овощеводства и картофелеводства, а также селекционную дея-

тельность. Начинающие фермеры по-прежнему будут получать гранты, но только вместе с франшизой, то есть с готовым бизнесом. Несмотря на серьезную грантовую поддержку фермерских хозяйств, острой для них остается проблема нехватки оборотных средств. Фермеры не успевают вовремя купить горючесмазочные материалы, поэтому выводят технику в поле позже. Изменить ситуацию можно только тогда, когда банки начнут выдавать фермерам «длинные» кредиты. Так, окупаемость проекта в сельском хозяйстве составляет в среднем – от 7 до 10 лет, а банки выдают кредиты лишь на срок от 3 до 5 лет [18, с. 9].

Для формирования благоприятного инвестиционного климата на предприятиях АПК страны необходимо снижение высоких затрат на производство, хранение, переработку и реализацию продукции – задача, требующая проведение системы технологических, организационных и экономических мер. С целью снижения затрат в сельском хозяйстве, повышения качества и конкурентоспособности отечественной продукции, государству, как считает В. Узун, следует перейти к поддержке инноваций в отрасли [19, с. 26, 28]. Чтобы полнее учесть место и роль каждого региона в функционировании агропромышленного комплекса, А.И. Алтуховым предлагается разработать общероссийскую схему развития и размещения агропромышленного производства, на базе которой можно сформировать крупномасштабные специализированные зоны производства отдельных видов сельскохозяйственной продукции, осуществить рациональное внутрирегиональное размещение соответствующих предприятий с учетом возможного развития отраслей пищевой и перерабатывающей промышленности, создания региональных, межрегиональных и межгосударственных кластеров [2, с. 21].

Итак, отмечая положительные сдвиги в функционировании сельского хозяйства АПК страны и АПК Пермского края, мы поддерживаем мнение ведущих экономистов аграрного направления о том, что в России должна быть продолжена политика протекционистского характера, защищающая отечественных товаропроизводителей от неравной конкуренции, обеспечивающая более ак-

тивное замещение импорта продовольствия.

### Список литературы:

1. Алтухов А. О создании необходимых условий для расширенного воспроизводства в зернопродуктовом подкомплексе // Экономист. 2015. № 5. С.33-34.
2. Алтухов А. Территориально-отраслевое разделение труда в агропромышленном производстве // АПК: экономика, управление. 2015. № 7. С. 21.
3. АПК России в 2014 г. (экономический обзор) // АПК: экономика, управление. 2015. № 4. С. 48.
4. Белова Т. Ситуация на молочном «фронте» в условиях санкций // Экономист. 2015. № 4. С. 87-89.
5. Буздалов И.Н. Обеспечение приоритетного развития сельского хозяйства – главное в стратегии аграрной политики // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2015. № 4. С. 3.
6. Вашанов В.А., Маслова В.В. Развитие сельского хозяйства России: экзогенные и эндогенные факторы. С. 22.
7. Где миллиарды? // АиФ. 2015. № 31. С. 11.
8. Гончаров В. Импортзамещение в продовольственном комплексе // Экономист. 2015. № 3. С. 24-25.
9. Липницкий Т. Продовольственная безопасность России: эмбарго – плюсы и минусы // АПК: экономика, управление. 2015. № 7. С. 50.
10. Минсельхоз рассчитал параметры доктрины продовольственной безопасности // Российская газета - Неделя. 24.09.15.
11. Пермский край, 2014. Основные социально-экономические показатели // Капитал. Приложение к газете «Звезда». 2015. № 5 (1195). С. 2.
12. Пермский край, 9 месяцев 2015 года. Основные социально-экономические показатели // Капитал. Приложение к газете «Звезда». 2015. № 42 (1232). С. 2.
13. Почему дорого? // АиФ. Прикамье. 2015. № 48. С. 9.
14. Рог изобилия // АиФ. Прикамье. 2015. № 33. С. 7.
15. Рубина Т. Кризис фермеру к лицу // Капитал. Приложение к газете «Звезда». 2015. № 28 (1218). С. 2.
16. Сельский кооп // АиФ. 2015. № 31. С. 11.
17. Село становится богаче // АиФ. 2015. № 31. С. 13.
18. Семин А.Н. Продовольственная безопасность России в условиях эмбарго // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2015. № 5. С. 9.
19. Узун В. Приоритеты агропродовольственной политики: импортзамещение или экспорт? // Экономист. 2015. № 7. С. 17.



## СЕКЦИЯ II. ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### САЙТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ПЕРМИ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЕДЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В СЕКТОРЕ B2B

**Болотов Андрей Михайлович**

*кандидат технических наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**Катанова Татьяна Николаевна**

*кандидат физико-математических наук, доцент, заведующая кафедрой*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

### SITES OF THE ENTERPRISES OF PERM AS A TOOL OF E-COMMERCE IN B2B SECTOR

**Bolotov Andrey Mihailovich**

*candidate of technical sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

**Katanova Tatyana Nikolaevna**

*candidate of physical and mathematical sciences, Associate Professor,*

*head of Department*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

### АННОТАЦИЯ

Целью работы является исследование соответствие контента сайтов промышленных предприятий Перми требованиям ведения электронной коммерции. Путем анализа сайтов выявлены характерные ошибки, которые снижают ценность сайта, как основного инструмента ведения электронной коммерции.

### ABSTRACT

The aim of this work is to study the conformity of the content of the sites of industrial enterprises of Perm the requirements of electronic commerce. By analyzing the sites identified typical errors that reduce the value of the website as the main tool for electronic commerce.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, сектор B2B, сайт.

**Keywords:** electronic commerce, B2B sector, site.

Развитие информационных и телекоммуникационных технологий привело к существенным преобразованиям в способах и методах ведения бизнеса [1]. Одно из проявлений этого является появление и динамичное развитие электронной коммерции (бизнеса). В настоящее время в ней участвует бизнес на основе частного капитала, государственные и административные органы, частные (физические) лица. В наиболее часто встречающейся классификации секторов электронной коммерции выделяют девять секторов, включающие все возможные варианты взаимодействия трех вышеперечисленных групп возмож-

ных участников [7, с. 23].

Одним из основных секторов электронного бизнеса является сектор B2B (business-to-business, бизнес для бизнеса). По разным оценкам объем продаж в секторе B2B составляет порядка 80 – 85% от общего объема электронной коммерции. В данном секторе предприятия используют различные способы продвижения своих товаров и услуг на рынок. К ним можно отнести традиционные методы: реклама на радио и телевидении, различные выставки и конференции, круглые столы, презентации и т.д. Но высокий уровень конкуренции, появление и развитие информационных и телекоммуникационных технологий предоставило новые возможности ведения бизнеса, в первую очередь в сфере электронного бизнеса.

Основным инструментом, с помощью которого осуществляется электронный бизнес, является сайт. В настоящее время наличие сайта у компании не является чем-то удивительным, как это было в начале 90-х годов прошлого века. Сейчас даже маленькая фирма имеет свой сайт. Этому способствовало:

- увеличение числа пользователей Интернета;
- появления программ, с помощью которых человек, имеющий начальные навыки работы на компьютере мог создать сайт. При желании создание сайта можно заказать у фирм;
- понимание того, что ведение коммерции традиционными методами и способами не является залогом успешного бизнеса;
- появление большого числа руководителей, которые пришли в бизнес в конце прошлого в начале нынешнего века и имеют представление о преимуществах онлайн-бизнеса.

Следовательно, само наличие сайта не является существенным конкурентным преимуществом фирмы, а его отсутствие может существенно сказаться на имидже фирмы. В зависимости от целей и задач, которые ставят перед собой создатели сайта, его содержимое и функции будут существенно отличаться. В первую очередь это зависит от целевой аудитории, на которую рассчитан сайт. Поэтому различных требований к сайтам, а, следовательно, и их вариан-

тов будем очень много. Поэтому в данной статье сделана попытка провести только анализ сайтов предприятий Пермского края с точки зрения их соответствия требованиям ведения бизнеса в секторе B2B (Business to business – бизнес для бизнеса).

Сектор B2B сам по себе является неоднородным. По коммерческим функциям сектор B2B можно разделить на три больших сегмента:

1. Покупка и последующая их перепродажа. В первую очередь это оптовые закупки товаров народного потребления. При этом часто фирма может продавать товары, как фирмам, так и рядовым потребителям.
2. Покупка сырья и материалов, с целью производства товаров и их последующей продажи. При этом конечные товары могут относиться как к товарам народного потребления, так и производственного назначения (станки, оборудование, сырье для дальнейшей переработки).
3. Оказание различного вида услуг. Примерами таких услуг являются платежные системы, реклама, медиа услуги, услуги по сбору и обработке информации, консультационные услуги.

Данные функции предприятие может осуществлять одновременно. Например, сотовые операторы оказывают телекоммуникационные услуги и в тоже время продают средства связи, являющиеся товарами народного потребления (мобильные и стационарные телефоны, смартфоны и т.п.).

В зависимости от целей и задач использования собственного сайта компании могут использоваться различные типы сайтов выполняющих те или иные функции в Интернете. В настоящее время нет общепринятой классификации корпоративных сайтов. Наиболее часто сайты классифицируют на следующие группы:

1. Сайт-визитка. Наиболее часто используются для небольших фирм в начале своей предпринимательской деятельности. Число страниц на таком сайте не больше двадцати. На этих страницах содержится общая информация о фирме, контактная информация, сведения о выпускаемой продукции или оказываемых услугах. Основными преимуществами таких сайтов является их невысокая

стоимость создания у стороннего разработчика, быстрота разработки и создания, простота и удобство в управлении. Недостатки такого сайта, как инструмента ведения электронной коммерции очевидны.

2. Сайт-портфолио. Данные сайты предназначены для рекламирования работ и услуг фирмы. Наиболее часто это делают фирмы разработчики сайтов, рекламные агентства, фотостудии, салоны красоты, парикмахерские. Сайты-портфолио обладают теми же преимуществами, что сайт-визитка. Дополнительным преимуществом является возможность рекламирования работ и услуг с использованием возможностей информационных технологий (большое количество фотографий, видеоролики, анимация).

3. Сайт-витрина. Эти сайты создаются для рекламы товаров производимых компанией. Продажа товаров на таких сайтах не предусмотрена, но может содержаться информация о местах продажи продукции.

4. Промо-сайт. Основное назначение – реклама товаров или продвижение определенного бренда. Часто такого рода сайты создаются только для проведения определенной рекламной кампании. На таких сайтах пользователи могут зарегистрировать промо-коды, получить разнообразную информацию о проводимой кампании. Создание такого сайта позволяет его оптимизировать под определенные поисковые системы, что дает возможность существенно повысить рейтинг сайта. Использование такого дополнительного сайта позволяет фирмам не модифицировать свой сайт и заострить внимание участников только на рекламной акции. Время существования таких сайтов, как правило, не велико.

5. Корпоративный сайт. Наиболее функциональные сайты, являющиеся полновесными представительствами фирм в Интернете. По своему основному назначению корпоративные сайты можно систематизировать на следующие сайты:

- Корпоративный информационный сайт. Предназначен для поддержания внутренних информационных потоков компании (управление персоналом, документооборот между отделами и филиалами компании, накопление статистической информации и т.п.);

- Корпоративный имиджевый сайт. Из названия сайта вытекает основное назначение сайта: представление разнообразной информации о фирме в Интернете, сведения о выпускаемой продукции или оказываемых услугах, новости компании, каталоги и прайсы выпускаемой продукции, средства двухсторонней связи с посетителями сайта.

6. Интернет-магазины. Развитие торговли с помощью интернет-магазинов для частных покупателей привело к тому, что приемы и методы покупки с помощью сайта постоянно совершенствовались. В настоящее время существующий интерфейс покупки в интернет-магазине (представление информации о товаре, выбор товара, оформление заказа, осуществление платежа) является настолько удачным и удобным, что его используют фирмы для осуществления оптовых закупок другими фирмами. Основное отличие от интернет-магазинов для частных лиц – это необходимость закупить товар на минимальную сумму, необходимость использования ОГРН (основной государственный регистрационный номер юридического лица) или ИНН для индивидуальных предпринимателей, возможно необходимость предварительной регистрации перед просмотром каталога.

7. Корпоративный B2B портал. Это многофункциональный сайт позволяющий: привлекать новых корпоративных клиентов, автоматизировать оформления заказа и поддерживать на всех этапах его выполнения, интегрировать с корпоративной информационной системой и различными приложениями типа CRM, более высокая степень защиты информации и т.д. Примером могут служить порталы страховых компаний, доступ к которым разрешен ограниченному количеству фирм, использующих их услуги (автомагазины, медицинские учреждения, транспортные компании).

8. Форумы и социальные сети. В настоящее время данные возможности ведения бизнеса в секторе B2B корпорациями практически не используются. Думается, что это связано со следующими причинами:

- форумы и социальные сети создавались в первую очередь для общения между людьми, а не для ведения бизнеса;

- рассмотренные выше в пунктах 1-7 сайты позволяют в настоящее время выполнять задачи, стоящие перед корпорациями в Интернете.

Поэтому форумы и социальные сети не рассматриваются в данной статье.

Любой вид сайта посещается человеком, который выполняет свои функциональные обязанности в интересах компании. Что в первую очередь интересует такого человека на сайте другой компании и что вызывает в наибольшей степени неприятие сайта? Такое онлайн исследование в 2013 провело американское агентство KoMarketing Associates. На вопросы анкеты ответили представители 175 фирм [8]. Данный отчет очень интересен, несмотря на то, что в опросе участвовали зарубежные компании. Велика вероятность того, что при проведении подобного исследования российские участники на многие бы вопросы ответили аналогично.

При ответе на вопрос «Какие разделы сайта наиболее важны?» были получены следующие результаты (рис. 1).



Рис. 1. Наиболее важные разделы сайта

Видно, что для посетителей сайта наибольший интерес вызывают цена продукции выпускаемой фирмой. Поскольку объем покупки в денежном выражении в секторе B2B может достигать значительных величин, то потенциального покупателя интересует возможность получения помощи, а также характеристики покупаемого товара. Ввиду того, что стоимость доставки может быть существенна, то информация о ее стоимости и сроках очень важны для посетителя сайта.

Другой интересный вопрос был следующим: «Какие элементы сайта вас раздражают или заставляют покинуть страницу?». Рейтинг наиболее неудачных элементов сайта имеет следующий вид (рис. 2).



Рис. 2. Неприятные элементы сайта

После анализа результатов можно отметить следующий интересный факт. Такие элементы и приемы привлечения посетителей сайтов, которые часто используются на сайтах сектора B2C для привлечения внимания посетителей, как видео и музыка, анимированная реклама, слайдер на главной странице, набор фотографий на сайтах сектора B2B, вызывают противоположный эффект. Данный факт можно объяснить тем, что люди посещающие сайт открыли его не для развлечений, а для работы. Отсутствие четкой информации о фирме, контактной информации вызывают недоверие к фирме. Аналогичная ситуация возникает если сайт производит впечатление наспех сделанного сайта, что не способствует восприятию будущего партнера по бизнесу, как внушающего доверия компаньона.

Сформулируем требования к сайту предприятия с точки зрения ведения электронной коммерции. Для этого рассмотрим функции, которые могут быть реализованы с помощью сайта при реализации электронных способов ведения бизнеса предприятием в сети Интернет.

1. Информационная. Представление сведений о выпускаемых товарах и их характеристиках, ценах, новинках. Данная функция на сайте может быть

осуществлена с использованием следующих страниц (ссылок) сайта: наша продукция, новости, каталог, прайс-лист.

2. Рекламная. С целью стимулирования продаж сообщения о скидках, акциях и другие различные коммерческие предложения. Данная информация может содержаться на главной странице, так и в виде «бегущей» строки, баннеров, флеш-анимации на других страницах сайта.

3. Имиджевая. В виду того, что при электронной коммерции партнеры по сделке не имеют непосредственного физического контакта, очень важным моментом является создание доверительных отношений. Повышение лояльности и доверия, узнаваемости бренда компании осуществляется с помощью страниц: история, о нас, наши достижения (награды), пресса о нас, электронный вариант корпоративной газеты. Полезными будут различные отчеты компании: готовые финансовые отчеты, отчеты о собраниях акционеров, бухгалтерский баланс, аудиторские заключения, сведения о выплатах дивидендов. Учитывая интернациональный характер электронной коммерции и возможность выхода на внешние рынки, полезной будет англоязычная версия сайта, которая загружается переходом по ссылке, размещенной на сайте.

4. Коммерческая. Используя современные информационные технологии можно очень наглядно показать выпускаемые товары или рассказать об оказываемых услугах. Для этого используются красочные фотографии товара, сделанные с разных ракурсов, возможность увеличения части фотографий. Технология 3D позволяет посмотреть изделие или чертеж детали в любой проекции. Кроме сведений о выпускаемой продукции и ценах к данной функции можно отнести организацию закупок сырья и материалов на сайте. Фирма публикует на сайте каталог товаров и сырья, необходимых для производства товаров, условия закупки и оплаты.

5. Коммуникационная. Обычный телефон и факс перестал играть ту роль в коммерческих отношениях, которая была у них еще двадцать лет назад. Появились новые возможности. Реализация двухсторонней связи между владельцем сайта и посетителями может быть обеспечена с помощью электронной поч-



ты, страницы «вопрос-ответ». В виду того, что одни и те же вопросы могут задаваться достаточно часто эффективным решением является создание страницы FAQ (Frequently Asked Question – ответы на часто задаваемые вопросы). На русскоязычных сайтах можно встретить названия ЧАВО (Часто задаваемые Вопросы, ФАК). Наличие такой страницы позволяет освободить администратора сайта от необходимости отвечать на одни и те же вопросы. Подписка на рассылку каталогов выпускаемой продукции, прайсов и новостей являются хорошим дополнением современных телекоммуникационных возможностей сайта. В последнее время на сайтах появляются сервисы, которые позволяют вести интерактивный диалог с посетителями сайта или установить телефонное соединение посетителя сайта с представителем компании – владельца сайта. Для людей плохо знающих Пермь будет полезна карта с частью города, где показано местоположение предприятия.

Отметим, что часть содержимого сайта может выполнять одновременно несколько функций. Например, сведения о выпускаемой продукции выполняют как информационную, так и рекламную функции.

У большинства из функционирующих в городе Перми промышленных предприятий, фирм и компаний имеются собственные сайты. Эти организации отличаются по многим параметрам: количеству работающих сотрудников, виду и ассортиментом выпускаемой продукции (оказываемыми услугами), годом образования, форме собственности, правовым статусом и т.д. В рамках данной статьи рассмотреть сайты всех предприятий не представляется возможным. Это может быть темой исследования в рамках диссертационной работы. Поэтому проанализируем сайты только некоторых предприятий с точки зрения их соответствия требованиям электронной коммерции. Вся нижеприведенная информация и данные получены с сайтов в октябре 2015 года, что иногда важно для понимания анализа содержимого сайтов.

Рассмотрим сайты двух известных далеко за пределами Перми предприятий: публичное акционерное общество «Мотовилихинские заводы» (<http://mz.perm.ru>) и открытое акционерное общество «Пермский моторный за-

вод», которое более известно, как моторостроительный завод имени Я.М. Свердлова (<http://www.pmz.ru>). Для этих предприятий характерен большой объем выпускаемой продукции, не предназначенной для личного потребления (вооружение, оборудование для нефтяной промышленности, продукция металлургического и литейного производства, авиационные моторы и газотурбинные установки). На предприятиях трудится большой коллектив работников: в ПАО «Мотовилихинские заводы» приблизительно 6 тысяч человек [6], в ОАО «Пермский моторный завод» около 10 тысяч человек [2].

Сайт «Мотовилихинские заводы» [mz.perm.ru](http://mz.perm.ru) имеет иерархическую структуру. В большинстве случаев максимальный уровень ссылок равен четырем. На главной странице сайта есть ссылки на 6 страниц первого уровня. При наведении мышки на ссылки появляется контекстный список ссылок. При переходе по выбранной ссылке, появляется содержимое выбранной страницы, при этом слева дублируются ссылки страниц первого уровня. Информация о предприятии размещена на двух страницах: «Компания», «Пресс-центр».

На странице «Производство» даются сведения о выпускаемой продукции. Имеется подробная информация о возможностях предприятия по выпуску различной продукции по требованиям потенциального заказчика (страницы «Продукция»). Содержание страниц дополняет друг друга и в некоторых моментах происходит дублирование информации.

Положительной стороной страницы «Контакты» является классификация контактов для потенциальных клиентов предприятия: общие, продажи, дилеры, закупки. Для данной страницы можно отметить один недостаток. В разделе «Продажи» колонка – ссылка «Посмотреть контакты» частично перекрывает номера телефонов и адреса электронной почты. При переходе по ссылке не появляется дополнительной информации, а только исчезает вышеуказанное перекрытие.

Сайт производит впечатление добротно сделанного сайта, видно обновление информации. Каждый месяц появляется пять – семь новостей, регулярно добавляется информация о выставках и конференциях которые организует

предприятие или в которых принимает участие. С другой стороны на странице «Рейтинги» содержится только две ссылки на рейтинги 2008 года. Также снижается положительное впечатление от сайта наличие страниц «Реализация непрофильных активов» и «Прочая продукция», которые находятся в стадии формирования.

Сайт ОАО «Пермский моторный завод» создал двоякое мнение. С одной стороны на сайте есть много информации о выпускаемой продукции, перспективных разработках, есть фотографии и видеоролики, приведены многочисленные контакты, имеется подборка свежих новостей о событиях в компании. С другой стороны на главной странице сайта имеются ссылки на сайты ОАО «Редуктор-ПМ», ОАО «Пермские моторы» и ОАО «Энергетик-ПМ», которые не работоспособны. Размещать на главной странице сайта неработающие ссылки недопустимо. Ради справедливости нужно отметить, что на главной странице есть ссылка на страницу «Правовая информации», где содержатся правила и условия использования информации с сайта [5]. В правилах оговаривается, что владелец сайта «...не гарантирует работоспособность гиперссылок, а также доступность указанных сайтов» [5].

Другой недоработкой сайта, по мнению автора статьи, является непродуманная структура ссылок на главной странице. После заголовка (шапки) сайта размещаются ссылки на три страницы «Продукция», «Обслуживание», «Перспективные разработки». В тоже время справа размещается колонка ссылок из 12 элементов, где в середине списка имеются три ссылки аналогичные по названию трем вышеуказанным страницам. При этом информация, которая появляется на экране после использования разных ссылок одинаковых по названию, идентична. В колонке ссылок главной страницы имеется ссылка на страницу «Услуги». При переходе на эту страницу появляется ссылка для скачивания текстового файла, который содержит информации о технических возможностях термообработки деталей. Другая информация (ссылки) на странице «Услуги» отсутствует. Размещать на главной странице ссылку, содержащую только одну ссылку более низкого уровня, нерационально. Другой отрицательный момент у

такой ссылки заключается в следующем. Специалист, который знакомится с возможностями завода об оказании услуг по информации, размещенной на сайте, может сделать ошибочный вывод о потенциале завода. Следовательно, завод теряет дополнительные заказы по оказанию услуг сторонним предприятиям.

Как уже отмечалось, сейчас сайт имеют даже незначительные по размерам фирмы и предприятия. Примером такого предприятия является Пермский завод пластмассовых изделий (<http://www.pzpi.ru>). По сведениям портала товаров и услуг <http://bizorg.ru> на заводе работает от 100 до 500 человек [3]. Из содержания статьи, опубликованной в марте 2010 года, следует, что на предприятии работало 97 человек [4].

После заголовка сайта располагается анимационная картинка из шести разделов, после просмотра которой, можно сразу получить представление о выпускаемой продукции. Здесь же имеется возможность написать письмо генеральному директору, сделать «горячий звонок» или заполнить форму с кратким сообщением и указанием своих данных для оперативной связи с работниками завода. На странице «О компании» приводится краткая историческая справка о заводе и выпускаемой продукции. Также можно просмотреть небольшой видеоролик о заводе. Содержание страницы «Каталог» классифицировано по видам выпускаемой продукции и услугам. При просмотре каталога появляется ссылка на страницу «Заказ on-line».

Содержание страниц «Заказ on-line» и «Контакты» одинаково, что можно рассматривать как недостаток сайта. Другим недостатком является размещение ссылок «Документы», «Статьи», «Вакансии» внизу главной страницы сайта, поэтому существует вероятность того, что невнимательный посетитель сайта может их не заметить. А просмотр их содержания позволяет получить очень важные сведения для коммерческой деятельности. Содержание страницы «Документы» очень полезно при ведении коммерческой деятельности с помощью Интернета. На странице содержатся ссылки на скачивание формы заявки на поставку продукции, типового договора на поставку продукции, сведения для потенциальных поставщиков сырья и реквизиты предприятия. Страница «Статьи»

содержит ссылки 59 статей об упаковке и 46 статей о производстве. Их содержание дает исчерпывающие ответы потенциальным заказчикам о выпускаемой продукции и процессах её производства. Несмотря на вышеупомянутые недостатки, сайт данного завода производит самое благоприятное впечатление.

При подготовке и написании данной статьи автор просмотрел двадцать сайтов разных предприятий и фирм. Большинство сайтов имеют полезную информацию для сотрудников других фирм, желающих вступить в коммерческие отношения. Это сведения о предприятии, выпускаемой продукции или оказываемых услугах, адреса электронной почты, каталоги выпускаемой продукции и прайс-листы. Приведем некоторые факты, которые снижают ценность сайта, как инструмента ведения электронного бизнеса.

1. Наличие признаков несвоевременного обновления информации. На сайте ФГУП машиностроительный завод имени Ф.Э. Дзержинского имеется единственный прайс-лист для скачивания с датой обновления 19 декабря 2013 года (<http://www.zid.perm.ru/price>). На сайте Пермского лакокрасочного завода по ссылке «Прайс-лист» появляется прайс-лист, датированный 15 января 2011 года (<http://www.plkz.ru/price.html>). Последняя из имеющихся новостей на сайте группы компаний «Перммолоко» размещена на сайте 26 апреля 2012 года (<http://www.permmoloko.com/2012>).

2. Не работающая ссылка на скачивание прайс-листа встретила на сайте Пермского мукомольного завода ([www.permill.ru/main/commerce.php?cpage=4](http://www.permill.ru/main/commerce.php?cpage=4)). При этом имеются признаки того, что дата создания сайта обновляется автоматически с помощью системного времени компьютера. Вызывает большие сомнения, что в выходной день сотрудник компании обновляет прайс-лист.

3. Ошибки в тексте или использование слов и выражений, которые не являются общеупотребительными.

На сайте группы компаний «Перммолоко» имеется ссылка с именем «Маслице», а на самой странице имеется толкование слова «масло», состоящее из двух предложений. Первое из которых имеет следующее начало «Сли?вочное ма?сло - пищевой продукт, получаемый...» (со знаками вопроса).

Во-первых, большинство людей использует слово «Масло», а не «Маслице». Если использовать уменьшительно-ласкательные слова, то использовать их и для других ссылок. Во-вторых, точно такие же два предложения, с такой же ошибкой (два знака вопроса) имеется на странице сайта <http://cfo.oborudunion.ru>. Кто-то первым написал и не заметил свой «ляп», а второй не читая скопировал чужой текст.

На странице «Карьера» сайта группы компаний «Перммолоко» при описании обязанностей торгового представителя имеется предложение – «Работа по дебиторке». Данное предложение является узкоспециализированным и может быть отнесено к профессиональному жаргону.

4. У всех рассмотренных сайтов нет англоязычной версии, кроме сайта машиностроительного завода имени Ф.Э. Дзержинского. В перспективе это может иметь негативные последствия для развития коммерческих отношений с зарубежными компаниями и фирмами.

Требованиям ведения бизнеса с использованием технологий электронной коммерции постоянно меняются, появляются новые информационные и коммуникативные технологии и в долгосрочной перспективе сайт компании по-прежнему останется основным инструментом ведения бизнеса в on-line среде. Поэтому руководящему звену любой компании надо уделять особое внимание своим сайтам, своевременно совершенствуя их структуру и содержание.

#### **Список литературы:**

1. Болотов А.М., Катанова Т.Н. Технологии естественно-интуитивного взаимодействия с компьютером. Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Современная торговля: теория, практика, инновации», посвященной 20-летию работы учебного заведения по программам высшего профессионального образования, 10-18 ноября 2015 г., Пермь, Изд-во: ОТ и ДО, 2015.
2. Вакансии компании «Пермский Моторный Завод». URL: <http://59.ru/job/vacancy/firm/130454.php>.
3. ООО «Пермский завод пластмассовых изделий», Пермь. URL: <http://bizorg.su/perm-rg/c32850-ooo-permskiy-zavod-plastmassovyh-izdeliy#details>.
4. Пермский завод пластмассовых изделий увеличивает выпуск полимерной тары. URL: [http://www.himonline.ru/news/?cat\\_id=1&id=171451](http://www.himonline.ru/news/?cat_id=1&id=171451).
5. Правила и условия использования информации сайта. URL: <http://www.p mz.ru/legal/pravila/>

6. Страница «Персонал». URL: [http://mz.perm.ru/about/social\\_politics](http://mz.perm.ru/about/social_politics).
7. Юрасов А.В. Электронная коммерция: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2003.
8. What B2B Buyers Want from Vendor Websites. URL: <http://www.komarketingassociates.com/files/2014-B2B-Web-Usability-Report.pdf>.

## **ОБЪЕДИНЕНИЕ КРИТЕРИЕВ МНОГОКРИТЕРИАЛЬНЫХ ЗАДАЧ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**

**Вшивков Олег Юрьевич**

*кандидат технических наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

## **ASSOCIATION OF CRITERIA MULTICRITERIA PROBLEMS UNDER UNCERTAINTY**

**Vshivkov Oleg Yurievich**

*candidate of technical Sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

### **АННОТАЦИЯ**

Представлены основные способы формирования обобщенного критерия эффективности принятия решения многокритериальных задач в условиях неопределенности. Рассмотренные способы свертывания критериев позволяют лицу, принимающему решение, провести правильный выбор критериев эффективности операций в условиях неопределенности.

### **ABSTRACT**

The main methods of forming the generalized criterion of efficiency of decision-making multicriteria problems under uncertainty are presented. The above methods of coagulation criteria allow to person who make a decision to hold the right selection criteria for the effectiveness of operations.

**Ключевые слова:** критерий эффективности, принятие решений, многокритериальные задачи

**Keywords:** criterion of efficiency, decision making, multicriteria problems.

В современных условиях ведения бизнеса одним из главных факторов эффективности управления бизнес-процессами является применение методов экономико-математического моделирования.

Наиболее простые в плане реализации являются оптимизационные модели для задач поиска оптимальных решений в условиях определенности, когда вся информация о бизнес-процессе (множество имеющихся альтернатив и критериев) считается полностью известной. К таковым, в частности, относятся задачи математического программирования [1].

При наличии разнообразных неопределенных факторов и нескольких

критериев поиск оптимальных решений усложняется. При этом необходимо использовать процедуры «свертывания» критериев [9], человеко-машинные процедуры с использованием предпочтения и опыта лица [9], принимающего решение, или процедуру вербального анализа решений [8]. Кроме того, в условиях влияния конфликта интересов для поиска оптимального решения (конфликтного равновесия) и формализации рисков применяют методы теории игр [2].

В реальных задачах управления бизнес-процессами присутствуют неизвестные факторы  $\xi$ , значения которых заранее предсказать нельзя. Как правило, таковыми факторами считаются случайные процессы с известными законами распределения. В этом случае задача управления (т.е. поиска оптимального решения) называется стохастической, а целевая функция имеет вид  $w = w(\alpha, x, \xi)$ . Данная задача формулируется следующим образом: при заданных условиях  $\alpha$  с учетом наличия неизвестных факторов  $\xi$  найти такие элементы решения  $x$ , которые, по возможности, обеспечивают достижение показателем эффективности  $w$  экстремума. Эта задача не является чисто математической. Неизвестные факторы  $\xi$  придают ей новое качество, в результате чего она называется задачей о выборе решения в условиях неопределенности.

В самом простом случае неопределенности неизвестные факторы  $\xi$  представляют собой случайные величины или функции с известными характеристиками распределения, полученными статистическим путем. При этом  $w$  тоже является случайной величиной, и тогда в качестве показателя эффективности принимают её математическое ожидание:  $w = M[w(\alpha, x, \xi)]$ . Необходимо выбрать такое решение  $x$ , при котором это среднее значение становится максимальным. Такое решение становится особенно актуальным в случаях, когда исследуемые операции обладают повторяемостью. Проигрыш в одном случае компенсируется выигрышем в другом, и итоговое решение будет выгодным.

В случае уникальности бизнес-процесса требование по выполнению критерия  $\max M(w)$  будет некорректным. В этом случае критерием принятия решения будет требование, что вероятность получения недопустимо малого значе-



ния  $w$  такого, что  $w < w_0$ , будет достаточно мала, т.е.  $P(w < w_0) \rightarrow 0$ .

Еще более сложный случай принятия решения – действие неконтролируемых или неопределенных факторов, для которых известна только область их распределения или действия, но не известны законы распределения. Неопределенными факторами могут быть стратегии противника, природные факторы, нечеткость знания цели, операции или критерия эффективности [4].

В условиях неопределенности к точности решения нельзя предъявлять много требований. Окончательный выбор нехудшего решения производится в пределах выделенной области приемлемых (несущественно хуже других) решений.

Вследствие неопределенности модели бизнес-процессов часто становятся не полностью сформулированными и формализованными, например, может отсутствовать единый критерий эффективности  $w$ , однозначно определяемый целевой функцией [9, 10]. Как правило, задачи управления являются многокритериальными, т.е. имеют несколько количественных показателей  $w_1, w_2, \dots, w_n$ , одни из которых приводятся к максимуму, другие – к минимуму.

Среди всевозможных целей управления будем различать два вида целей – качественные и количественные и соответствующие им критерии эффективности [5]. Качественные цели можно считать или только достигнутыми или только не достигнутыми. Все результаты операций, приводящих к достижению цели, одинаково хороши; точно так же все результаты операций, не приводящих к достижению цели, одинаково неудовлетворительны. При этом критерий эффективности принимает два значения: 1 – в случае успеха и 0 – в случае неудачи или 1 и  $-\infty$  (в случае полной неприемлемости достижения цели). При кажущейся простоте критерия функциональная зависимость его величины от стратегии (элементов решения) и контролируемых факторов может быть весьма сложной.

Для количественных целей определение цели заключается в стремлении увеличить (или уменьшить) значение некоторой величины, зависимость которой от координат, характеризующих операцию, и составляет критерий эффективности операции.

В условиях многокритериальных задач невозможно найти решение, которое одновременно удовлетворяет всем требованиям. Решение, при котором достигается экстремум какой-нибудь целевой функции, не обеспечивает экстремума другим. До сих пор остается актуальной задача по определению наиболее предпочтительной комбинации значений координат  $w_i$  вектора  $\mathbf{w} = \{w_1, w_2, \dots, w_n\}$ , построенного на частных целевых функциях  $w_i$  ( $i = 1, \dots, n$ ), среди других комбинаций  $\mathbf{w}$ , когда нет возможности увеличить или уменьшить их одновременно [9].

Для решения данной задачи из нескольких показателей составляется один обобщенный (интегральный) показатель, который позволит далее успешно решать прямые задачи анализа и устанавливать, какими преимуществами и недостатками по разным критериям обладает каждое из решений.

Существует несколько способов образования одного «обобщенного» критерия из исходных частных критериев и, тем самым, замены исходной многокритериальной задачи принятия решений однокритериальной задачей. В статье рассматриваются несколько способов свертывания критериев.

Наиболее часто обобщенный показатель составляется в виде дроби, где в числителе стоят величины критериев, увеличение которых желательно, а в знаменателе – увеличение которых нежелательно [3, 9]. Такой способ объединения основан на неявном допущении, что недостаток в одном показателе всегда может быть скомпенсирован за счет другого, например, малая эффективность – за счет малой стоимости.

Другой распространенный способ – суммирование или «экономический» способ соединения, когда целью процесса является максимизация критерия аддитивного типа [6, 10]:

$$\mathbf{w} = \sum_{i=1}^n \alpha_i w_i,$$

где  $\alpha_i \leq 0$  – вес соответствующего критерия.

Максимизируемые показатели входят в сумму со знаком «плюс», минимизируемые – со знаком «минус». Критерии  $w_i$  измеряются по одной шкале.

Однако критерии могут измеряться в различных шкалах, поэтому их приводят к одной шкале. В результате сформируем критерий в виде

$$w(x) = \sum_{i=1}^n \alpha_i \frac{w_i(x^*) - w_i(x)}{|w_i(x^*)|}.$$

где  $w_i(x^*) = \max(\min) w_i(x)$  – экстремальное значение  $i$ -го критерия.

Далее сводим к минимуму величину отклонения каждого критерия от его экстремального значения:

$$\min(w_i(x) - w_i(x^*)).$$

В результате есть возможность добиться высоких показателей по одним критериям за счет ухудшения показателей по другим. В этом случае значения некоторых частных критериев могут оказаться меньше их предельно допустимых значений  $w_i(x) < w_i^0$ . Для выполнения условия  $w_i(x) \geq w_i^0$  установим для каждого критерия его предельные значения  $w_i^0$  ( $i = \overline{1, n}$ ), тогда задача нахождения обобщенного критерия будет иметь вид:

$$\max w(x) = \max \sum_{i=1}^n \alpha_i w_i(x)$$

при условии  $w_i(x) \geq w_i^0$  ( $i = \overline{1, n}$ ).

Рассмотренный способ объединения критериев приводит к цели операции «количественного» типа, даже если для частных операций были цели «качественного» типа, т.е.  $w_i(x) = \{0; 1\}$ . При объединении критериев качественного типа для ряда составляющих операций можно принять необходимость достижения частных целей, т.е. достижения  $w_i = 1$ . Тогда для этих операций необходимо принять  $w_i = -\infty$  для всех  $\alpha_i > 0$  [7].

К целям качественного типа можно перейти путем разбиения координат вектора  $\{w_i\}$  на удовлетворительные и неудовлетворительные [7]. Удовлетворительными объявляются только векторы  $\{w_i\}$ , для которых выполняется  $w_i \geq w_i^0$  ( $i = \overline{1, n}$ ). При этом критерий объединенной операции имеет вид

$$w = \begin{cases} 1 & \text{при выполнении } w_i \geq w_i^0 \text{ (} i = \overline{1, n} \text{);} \\ 0, -\infty & \text{в остальных случаях.} \end{cases}$$

Следующий способ формирования обобщенного критерия заключается в последовательном достижении частных целей. Учет выполнения последующей

операции начинается только тогда, когда достигнуты абсолютные экстремумы критериев эффективности предыдущих частных операций. Если  $w_i > 0$  ( $i = \overline{1, n}$ ), то результат суммарной операции приравнивается сумме достигнутых результатов учитываемых операций. Формально этот способ объединения имеет вид [7]:

$$w = w_i + \sum_{k=1}^{i-1} \sup w_k.$$

Здесь  $\sup w_k$  – верхняя грань возможных значений критерия эффективности.

Такое объединение критериев типично для случаев, когда все частные процессы имеют цели качественного типа, и есть уверенность в получении информации для своевременного переключения на следующую частную операцию на момент достижения верхней грани критерия предыдущей операции.

Если критерии  $w_i$  ( $i = \overline{1, n}$ ) упорядочить по важности или полезности, то задача оптимизации решения может быть записана в виде  $\max w_1(x)$  при ограничениях  $w_i(x) \geq w_i^0$  ( $i = \overline{2, n}$ ).

При выполнении логического объединения качественных целей обобщенный критерий операции  $w$  может быть записан следующим образом:

- если цель операции является целью, противоположной данной  $i$ -й цели, то  $w = 1 - w_i$ ;
- если общая цель операции состоит в выполнении всех целей одновременно, то  $w = \prod_{i=1}^n [(1 - w_i)(x)]$  – конъюнкция критериев;

- если общая цель операции достигается, когда достигается хотя бы одна частная цель, то  $w = 1 - \prod_{i=1}^n [(1 - w_i)(x)]$  – дизъюнкция критериев.

Представленные действия отражают всю широту возможных зависимостей  $w$  от  $w_i$ , если использовать всевозможные комбинации этих действий.

Математический аппарат можно успешно использовать, прежде всего, при решении прямых многокритериальных задач анализа, и устанавливать, какими преимуществами и недостатками по разным критериям обладает каждое

из решений. Математическая модель позволяет вычислить как значение обобщенного показателя эффективности, так и всех дополнительных, причем сложность расчета при этом мало возрастает. Сопоставление результатов решения множества таких прямых задач обеспечивает менеджеру накопление знаний по решениям и критериям, выигрышам и проигрышам. В итоге можно оценить каждое из решений и выбрать из них самое приемлемое.

Представленные способы свертывания критериев и формирования обобщенного критерия при решении многокритериальных задач позволят лицу, принимающему решение, провести правильный выбор критериев эффективности операций в условиях неопределенности.

#### **Список литературы:**

1. Беккер И. Менеджмент процессов / И. Беккер, Л. Вилкова, В. Таратухина, М. Куглера, М. Розеланна / под ред. И. Беккер. – М.: Эксмо, 2008.
2. Воробьев Н.Н. Теория игр для экономистов–кибернетиков / Н.Н. Воробьев. – М.: Наука, 1985.
3. Вшивков О.Ю. Оценка эффективности пилотажно-навигационных и прицельно-навигационных комплексов. Методические рекомендации для выполнения курсовой работы / О.Ю. Вшивков. – Челябинск, ЧВВАКУШ, 1997.
4. Жуковский В.И. Риск в многокритериальных и конфликтных системах при неопределенности / В.И. Жуковский, Л.В. Жуковская. – М.: Едиториал УРСС, 2004.
5. Королев В.Ю. Математические основы теории риска / В.Ю. Королев, В.Е. Бенинг, С.Д. Шоргин. – М.: Физматлит, 2007.
6. Ногин В.Д. Принятие решений в многокритериальной среде: Количественный подход / В.Д. Ногин. М.: Физматлит, 2005.
7. Подиновский В.В. Введение в теорию важности критериев в многокритериальных задачах принятия решений / В.В. Подиновский. – М.: Физматлит, 2007. – 270 с.
8. Протасов И.Д. Теория игр и исследование операций / И.Д. Протасов. – М.: Гелиос АРВ, 2003.
9. Шварц Д.Т. Интерактивные методы решения задачи многокритериальной оптимизации. Обзор / Д.Т. Шварц // Наука и образование. МГТУ им. Н.Э. Баумана. Электрон. журн. 2013. № 4. DOI: 10.7463/0413.0547747. С. 245-264.
10. Ярыгин А.Н. Методы нахождения оптимального решения экономических задач многокритериальной оптимизации / А.Н. Ярыгин, Н.В. Колачева, С.Ш. Палферова // Вектор науки ТГУ. Серия: Экономика и управление. 2013. № 1(23). С. 388-393.

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕВЫХ СЕРВИСОВ

Галкина Людмила Сергеевна

*старший преподаватель*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

## THE EDUCATIONAL POTENTIAL OF SOCIAL NETWORKING SERVICES

Galkina Liudmila Sergeevna

*senior lecturer*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

### АННОТАЦИЯ

Обсуждается одно из направлений использования ИКТ в образовании – внедрение в образовательную деятельность социальных сетевых сервисов. Сформулированы преимущества их использования в учебном процессе.

### ABSTRACT

We discuss one aspect of ICT in education – implementation of social networking services in educational activity. We formulate the benefits of using these tools in learning process.

**Ключевые слова:** социальные сетевые сервисы в образовании, сетевое взаимодействие.

**Keywords:** social network services in education, networking.

Стремительно возрастающие потоки информации приводят к тому, что прежняя система и методы образования уже не справляются с ними. Вместе с тем, открываются возможности, связанные с современными информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ), которые способствуют созданию, управлению и распространению знаний, доступу к ним и контролю над ними.

Имеющийся отечественный и зарубежный опыт информатизации образования позволяет утверждать о возможности повышения эффективности образовательного процесса, реализации инновационных идей. Как отмечает В.В. Кравцов, в настоящее время выделяют два вектора внедрения ИКТ в образовательный процесс [5]. Первый связан с системами дистанционного обучения (с ориентацией на высшее и дополнительное профессиональное образование), второй – с использованием ИКТ в целях повышения качества очного обучения.

Рассматривая первое направление, стоит упомянуть системы дистанционного образования «Moodle» (<http://moodle.org>), «REDCLASS» (<http://redcenter.ru/?sid=336>), «Sakai» (<http://sakaiproject.org>), «ATutor» (<http://atutor.ca>) и

т.п. Подобные системы позволяют реализовывать активное педагогическое взаимодействие и представляют широкий набор инструментов, предоставляющий возможности создания и размещения в системе учебных курсов. Их достоинства: ориентация на технологии обучения в сотрудничестве, широкие возможности для коммуникаций (обмен сообщениями, чаты, комментарии и т.п.), обмен файлами различных форматов и др. Вместе с тем, как показывает опыт применения данных продуктов, они не лишены некоторых недостатков [10]. Во-первых, преподаватели нередко вынуждены работать с привязкой к определенному интерфейсу, в рамках определенной логики среды. Во-вторых, создание учебных компонентов образовательной среды доступно в основном преподавателю, что затрудняет в некоторых случаях совместную работу субъектов процесса обучения, т.е. не предусмотрена коммуникация с учетом идеологии сетевого сообщества. В-третьих, определенное значение имеет операционная громоздкость систем дистанционного образования (нагрузка на сервер учебного учреждения и проблемы по администрированию систем).

Указанные проблемы сопутствуют развитию второго направления, в частности, использованию Интернет-технологий. Под Интернет-технологиями понимают автоматизированную среду получения, обработки, хранения, передачи и использования знаний в виде информации и их воздействия на объект, реализуемую в сети Интернет, включающую машинный и человеческий (социальный) элементы. К перспективным Интернет-технологиям относят облачные сервисы (вычисления, cloud computing) – модель, обеспечивающую удобный сетевой доступ по требованию к общим конфигурируемым вычислительным ресурсам (сетям, серверам, хранилищам данных, приложениям и сервисам), который оперативно предоставляется с минимальными усилиями по управлению и взаимодействию с сервис-провайдером. В настоящее время вузы наиболее активно используют сервис-предоставляющую технологию SaaS (Software as a Service). SaaS – модель, позволяющая конечному потребителю использовать прикладное программное обеспечение, чаще всего посредством Интернет-браузера. Это исключает затраты, связанные с установкой, обновлением и поддержкой работоспособности оборудования и программного обеспечения. Бес-

платные серверные решения для интегрированных коммуникаций и совместной работы субъектов образовательного процесса предлагают, например, компании Google (Google Apps for Education Edition) и Microsoft (Microsoft Live@edu). Еще один вариант использования облачных сервисов – частичное перемещение в облако систем управления обучением (в случае невозможности обеспечения покупки дорогостоящего оборудования или программного обеспечения) [2].

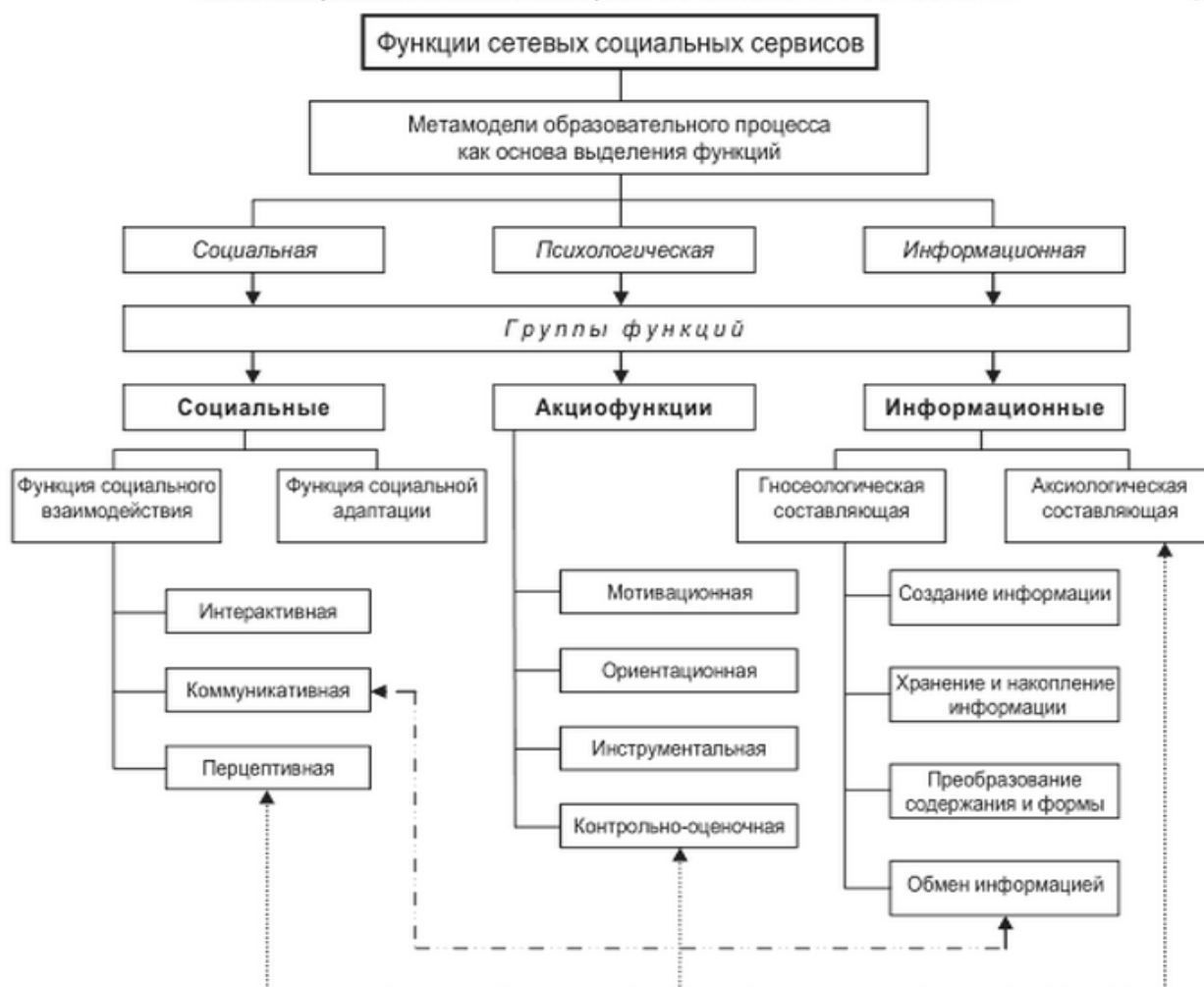


Рис. 1. Система образовательных функций сетевых социальных сервисов по И.В. Яковлевой и Е.В. Оспенниковой [7]

Полное внедрение облачных технологий в учебный процесс занимает довольно продолжительно, поэтому зачастую преподаватели начинают формирование предметной учебной среды с бесплатных облачных on-line-ресурсов. Для этого наиболее подходящими являются публичные облачные технологии или по-другому – социальные сетевые сервисы. Социальный сетевой сервис – это виртуальная площадка, связывающая людей в сетевые сообщества с помощью



программного обеспечения, компьютеров, объединенных в сеть (Интернет) и сети документов (Всемирной паутины) [6]. Зачастую пассивная роль пользователей сменяется на активную (концепция Web 2.0) и здесь уместен термин «социальные сервисы Web 2.0». Сервис Web 2.0. – термин, используемый для обозначения второго поколения сетевых сервисов, позволяющих осуществлять поиск и размещение необходимой информации в сети и совместную комфортную работу субъектов. Социальный сетевой сервис – служба, поддерживающая совместные действия пользователей глобальной сети [6, 8].

Благодаря исследованиям в области применения социальных сетевых сервисов на разных ступенях обучения, выделены их дидактические функции, подтверждающие целесообразность их применения в образовательном процессе [2, 8]. Наиболее структурно они представлены И.В. Яковлевой и Е.В. Оспенниковой (рисунок 1).

Анализ различных социальных сетевых сервисов позволил выделить те, которые обладают образовательным потенциалом (таблица 1) [3, 4, 6].

Таблица 1

**Социальные сетевые сервисы, полезные для образовательного процесса**

<b>Виды сервисов</b>	<b>Возможности и примеры</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
Поисковые системы – сайты, обеспечивающие совместный поиск информации	Сужение области поиска с помощью назначения авторитетных сайтов и методик. Способность подстраиваться под предпочтения группы. «Свики» - <a href="http://swicki.com">http://swicki.com</a> «Гугл» - <a href="http://google.com/coop">http://google.com/coop</a> «Роллио» - <a href="http://rollyo.com">http://rollyo.com</a>
Народные классификаторы – сервисы, позволяющие пользователям хранить свои коллекции закладок на Web-страницы	Возможность доступа к адресам нужных ресурсов из любого места. Частные коллекции включаются в групповые, что позволяет отслеживать последние тренды Интернета. Источник учебных материалов. Хранилище ссылок на учебные материалы. Среда для исследовательской деятельности. Delicious – <a href="http://del.icio.us">http://del.icio.us</a> Diigo – <a href="http://diigo.com">http://diigo.com</a> Google.Bookmarks – <a href="http://bookmarks.google.com">http://bookmarks.google.com</a> БобрДобр - <a href="http://bobrdobr.ru">http://bobrdobr.ru</a> Сто Закладок - <a href="http://www.linkmarker.ru/">http://www.linkmarker.ru/</a>
Блоги (блогосфера) – Web-сайты, основное содержание которых составляют регулярно добавляемые недлинные записи, изображения или мультимедиа, отсортированные в обратном хронологическом порядке	Блоги публичны, предполагают возможность вступить в дискуссию с автором. Т.е. это среда в т.ч. и для общения. Выстраивание социальных связей. Блоги на Mail.ru – <a href="http://blogs.mail.ru">http://blogs.mail.ru</a> Гугл блоги – <a href="http://www.google.com/blogger/">http://www.google.com/blogger/</a> Weebly - <a href="http://www.weebly.com">www.weebly.com</a>

1	2
Социальные сети (сообщества, форумы) – направлены на построение сообществ людей в Интернете	Создаются добровольно, зачастую стихийно. Отражают стремление к общению по интересам или с людьми, обладающими противоположными точками зрения. «В контакте» - <a href="http://vk.com">http://vk.com</a> «Одноклассники» - <a href="http://ok.com">http://ok.com</a> «Мой круг» - <a href="http://moikrug.ru">http://moikrug.ru</a>
Wiki – сайты, структуру и содержание которых пользователи могут изменять с помощью предлагаемого набора инструментов	Многократная правка текста. Легкое форматирование текста. Гипертекстовость. Учет изменений страниц, возможность восстановления более ранних версий. Разделение содержимого на страницы. Коллективность творчества. Википедия – <a href="http://ru.wikipedia.org">http://ru.wikipedia.org</a>
Социальные медиахранилища – сервис для совместного хранения медиафайлов	Коллективность творчества. Способность подстраиваться под предпочтения группы. Среда для исследовательской деятельности. Фото и изображения: Фламбер - <a href="http://flamber.ru">http://flamber.ru</a> (русскоязычный) Picasa – <a href="http://picasa.google.com">http://picasa.google.com</a> «Фликр» - <a href="http://flickr.com">http://flickr.com</a> (англоязычный) Picnic - <a href="http://www.picnik.com">www.picnik.com</a> Видео: YouTube – <a href="http://youtube.com">http://youtube.com</a> «Рутьюб» - <a href="http://rutube.ru">http://rutube.ru</a> Видео уроки - <a href="http://teachtube.ru">http://teachtube.ru</a> Видео@mail.ru - <a href="http://video.mail.ru">http://video.mail.ru</a> <a href="http://vision.rambler.ru/">http://vision.rambler.ru/</a> - Rambler Vision Документы: Google.Docs – <a href="http://">http://</a> <a href="http://www.scribd.com">http://www.scribd.com</a> – Скрибд ZoHo - <a href="http://www.zoho.com">www.zoho.com</a> ThinkFree Online – <a href="http://www.member.thinkfree.com">www.member.thinkfree.com</a> Аудиозаписи: Презентации: <a href="http://prezi.com">http://prezi.com</a> <a href="http://www.slideshare.net/">http://www.slideshare.net/</a> – СлайдШара Empressr - <a href="http://www.empressr.com">www.empressr.com</a> VoiceThread - <a href="http://www.voicethread.com">www.voicethread.com</a> Карты знаний (ментальные карты, mind maps, интеллект-карты): <a href="http://www.mind-map.ru/">http://www.mind-map.ru/</a> Bubbl <a href="http://www.bubbl.us">www.bubbl.us</a> Mindomo <a href="http://www.mindomo.com">www.mindomo.com</a>
Персональные рекомендательные сервисы – сервисы, в которых сами пользователи ведут рекомендательную работу	На основе фильтрации выставленных пользователем оценок определенных продуктов (книг, фильмов и т.п.) программа формирует потребительский профиль, т.о. люди сами подсказывают интересные продукты. Last.FM – <a href="http://lastfm.ru">http://lastfm.ru</a> Netflix Prize – <a href="http://nextprize.com">http://nextprize.com</a>
Географические сервисы – сайты, позволяющие изучать поверхность Земли по данным спутниковых снимков, работать с картами мира, стран, регионов, совместно отмечать определенные места, создавать комментарии	Коллективность творчества. Среда для исследовательской деятельности. Гугл Планета Земля – <a href="http://earth.google.com">http://earth.google.com</a> Панорамио – <a href="http://panoramip.com">http://panoramip.com</a> Скетчуп – <a href="http://sketchup.google.com">http://sketchup.google.com</a> Викимапия – <a href="http://wikimapia.org">http://wikimapia.org</a>

1	2
Многофункциональные порталы (мэшапы) – объединяют в себе функции нескольких сервисов	Коллективность творчества. Среда для исследовательской деятельности. Google – <a href="https://www.google.ru">https://www.google.ru</a> Mail.ru – <a href="http://www.mail.ru">http://www.mail.ru</a> Yandex.ru – <a href="http://ya.ru">ya.ru</a>
Общение в трехмерной реальности (3D)	Позволяют создавать трехмерную модель своей виртуальной жизни. Second Life – <a href="http://secondlife.com">http://secondlife.com</a>
Обмен сообщениями (чаты, телеконференции, видеоконференции)	Коллективность творчества, коммуникации. Среда для исследовательской деятельности. Mail.Ru Агент, ISQ, Skype – <a href="http://www.skype.com">www.skype.com</a> Pidgin – <a href="http://www.pidgin.im">www.pidgin.im</a> Wetoku – <a href="http://www.wetoku.com">www.wetoku.com</a>
Сетевые (электронные) библиотеки и книжные сообщества	Источник учебных материалов. Хранилище ссылок на учебные материалы. Возможность осмысленной работы с изданиями и получения рекомендаций. Знаниум – <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a> Живая библиотека – <a href="http://www.livelib.ru/">http://www.livelib.ru/</a> Клуб любителей книг BookMix – <a href="http://bookmix.ru/">bookmix.ru/</a> .
Онлайн опросы, тестирование	Контроль учебной деятельности, выяснение отношения к определенной проблеме. Google Формы, Мастер-тест, Твой тест, Tests Online и т.п.

Обобщая данные представленной таблицы, мы соглашаемся с мнением Е.Д. Патаракина и Б.Б. Ярмахова, что социальные сетевые сервисы способны повлиять на учебную деятельность и обладают следующими свойствами [8]:

1. наличие огромного количества открытых материалов и как следствие – возможный обмен коллекциями цифровых объектов и программными агентами;
2. упрощение публикации материалов и размещение их в сети;
3. открытие принципиально новых возможностей деятельности с вовлечением в нее людей, не обладающих специальными знаниями по информатике;
4. участие обучающихся в профессиональных научных и бизнес-сообществах.

Перечисленные характеристики отображают открытость социальных сетевых сервисов и позволяют выстраивать вариативные образовательные траектории.

Кроме перечисленных характеристик социальных сетевых сервисов, от-

метим выделенные А.А. Андреевым, В.Н. Фокиной, Е.А. Дегтяревым, А.И. Газейкиной, А.С. Кувиной, Е.С. Полат свойства [1, 2, 9]:

- доступность, дружелюбность и бесплатность;
- интерактивность и непрерывность учебного процесса даже в условиях временной и географической разобщенности субъектов обучения;
- групповая направленность (корпоративность) – возможность организации совместной работы большого коллектива (преподавателей и обучающихся);
- инновационность и модифицируемость – расширение границ применимости существующих форм и методов обучения, быстрое включение создаваемых продуктов в обучение, стимуляция самостоятельной деятельности и сокращение цикла получения конкретного результата;
- метапредметность – возможность интеграции учебных дисциплин и генерации универсального метазнания;
- толерантность – возможность сосуществования в рамках данных сервисов диаметрально противоположных точек зрения, разных культур, менталитетов и т.п., выделение «рационального зерна» в разных подходах;
- неформальность – возможность обратить внимание на интересы обучающихся, их мировоззрение и организовать личностно-ориентированное обучение;
- развитие критичности мышления – совершенствование навыков всесторонней оценки и сопоставление получаемой информации; погружение обучающихся в среду, где дискуссия является обязательной;
- освоение децентрализованных моделей – от участников совместной деятельности не требуется одновременного присутствия.

Помимо выделенных достоинств, необходимо назвать и сложности в применении сетевых социальных сервисов. Сюда относятся технические проблемы (отсутствие или низкая скорость Интернета), компетентностные и мотивационные проблемы (сложности для учителей и непонимание целесообразности в применении таких сервисов), содержательные проблемы (несоответствие

между образовательными потребностями и содержанием ресурсов), методические и организационные проблемы.

Рассмотрев возможности, достоинства и недостатки социальных сетевых сервисов, проанализировав компетентное мнение исследователей данного вопроса, в целом можно подтвердить целесообразность их применения в образовательном процессе.

### **Список литературы:**

1. Андреев А.А., Фокина В.Н. Новые возможности web2.0 Интернета в образовании. URL: [http://www.muh.ru/content/pps/100823\\_stat\\_46.doc](http://www.muh.ru/content/pps/100823_stat_46.doc).
2. Газейкина А.И. Кувина А.С. Применение облачных технологий в процессе обучения школьников // Педагогическое образование в России. 2012. № 6. С. 55-59.
3. Гончарова С.А. Сетевые сервисы в высшем образовании // Сборник докладов Международной интернет-конференции «Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса государственных участников СНГ» От идеи к практике: ВОП, LMS. Минск. 2012. С. 232.
4. Иванченко Д.А. Роль Интернет-пространства в формировании образовательной информационной среды // Дистанционное и виртуальное обучение. 2011. №2. С. 19-31.
5. Кравцов В.В. Дистанционная поддержка процесса обучения в системе высшего и дополнительного профессионального образования // Информатика и образование. 2013. №7. С. 38-40.
6. Кречетников К.Г., Кречетникова И.В. Социальные сетевые сервисы в образовании // Открытое и дистанционное образование. 2010. №3. С. 45-51.
7. Оспенникова Е.В., Яковлева И.В. Модели применения сетевых социальных сервисов в обучении // Педагогическое образование в России. 2013. № 5. С. 46-51.
8. Патаракин Е.Д., Ярмахов Б.Б. веб 2.0 – управление, изучение и копирование // Образовательные технологии и общество. 2007. № 2. Т.10. С. 245-258.
9. Педагогические технологии дистанционного обучения / под ред. Е.С. Полат. – М.: «Академия», 2008. – 400 с.
10. Слепухин А.В., Стариченко Б.Е. Моделирование компонентов информационной образовательной среды на основе облачных сервисов // Педагогическое образование в России – 2014. – № 8 – С. 128-138.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГРИД-ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

**Ильин Вадим Владимирович**

*кандидат технических наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**Вологжанин Олег Юрьевич**

*кандидат технических наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**Погудин Андрей Леонидович**

*кандидат технических наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

## USE OF GRID-TECHNOLOGIES IN ACTIVITY ORGANIZATIONS

**Ilyin Vadim Vladimirovich**

*candidate of technical sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

**Vologshanin Oleg Yuryevich**

*candidate of technical sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

**Pogudin Andrey Leonidovich**

*candidate of technical sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

### АННОТАЦИЯ

В статье раскрыто и проанализировано понятие ГРИД-технологий, а также возможности использования их в деятельности организаций. Определены решаемые задачи, требования и условия.

### ABSTRACT

In article concept GRID-technologies, and also possibilities of their use in activity of the organizations is opened and analysed. The solved tasks, requirements and conditions are defined.

**Ключевые слова:** ГРИД-технологии, компьютерные сети, хранилище данных, вычислительные ресурсы.

**Keywords:** GRID-technologies, computer networks, storage of data, computing resources.

Идея совместного использования вычислительных возможностей соединенных между собой компьютеров появилась одновременно с самим понятием «компьютерная сеть». Она родилась еще на заре вычислительной эры, в семидесятых годах прошлого столетия, когда началось сближение двух индустрий: телекоммуникационной и компьютерной, но затем претерпела существенные изменения и теперь получила новое воплощение.

Понятие Грид (Grid – по аналогии с электросетями, опутывающими ог-

ромное пространство – electric power grid) появилось в начале 90-х годов, когда в США возникла идея создать из суперкомпьютерных центров очень большой Метакomпьютер. Тогда пользователи могли бы получать практически неограниченные ресурсы для вычислений и хранения данных, не задумываясь об их происхождении. Так же мы пользуемся электроприборами, просто включая их в розетку, даже не представляя, на какой электростанции выработано электричество и по каким сетям доставлено к нам домой. Представьте, если разобрать настольные компьютеры в стране, или даже в мире, и объединить их компоненты – память, процессоры, графические устройства – таким образом, что они станут в тысячу раз быстрее и на порядок сложнее. Если соединить их в общую сеть, то мы сможем собирать данные по всему миру почти со скоростью света. Вот это и будет реализация ГРИДа [1].

Сейчас интерес к такой обработке данных очень высок практически во всем мире. Возникают новые национальные и международные инновационные проекты, выходит много исследовательских работ и публикаций. Такой интерес можно объяснить тем, что не только научные организации, но и современные общественные институты, такие как торговые и производственные организации, банки и службы управления раскинуты по территории и нуждаются в общей инфраструктуре, основанной на высоких технологиях [2]. Важнейшей из таких технологий и являются ГРИД-технологии – инфраструктурные технологии промежуточного слоя, которые предоставляют возможность соединения вычислительных и информационных ресурсов локальных и глобальных компьютерных сетей для решения сверхсложных и трудоемких задач вычислительного характера и обработки информации и данных.

ГРИД – это совокупность объединенных сетью компьютеров, которые делят рабочую нагрузку между собой. При этом число компьютеров и расстояние между ними не ограничивается. В систему так же, как правило, входят устройства хранения данных и сетевое оборудование [2].

Данные технологии создаются для разделения большого числа глобально распределенных ресурсов и поддержки высокопроизводительных вычислений.

Основная их задача – реализация гибкого, защищенного, скоординированного пространства для совместного использования ресурсов между динамически меняющимися сообществами пользователей, организаций и ресурсов.

По сути, ГРИД предоставляет пользователям широко развитую технологию доступа к общим ресурсам и службам в рамках, так называемых виртуальных организаций. Он представляет собой инфраструктуру, которая состоит из находящихся в разных местах компьютеров, соединяющих их телекоммуникаций (сетевые ресурсы) и программного обеспечения, поддерживающего выполнение операций на расстоянии, а также выполняющего функции контроля и управления операционной средой. ГРИД создается владельцами ресурсов, выделяющими их в общее пользование. Собственники и потребители, действующие на основании соглашений, образуют виртуальную организацию. ГРИД является средой коллективного использования компьютерных ресурсов, в которой каждый ресурс имеет владельца, а доступ к ресурсам открыт в разделяемом по времени и по пространству режиме множеству входящих в виртуальное сообщество пользователей.

С момента появления ГРИД-технологии использовались для решения сложных научных, производственных и инженерных задач, которые невозможно решить в разумные сроки на отдельных компьютерах. Однако теперь область применения технологий ГРИД не ограничивается только этими типами задач. По мере своего развития ГРИД проникает в промышленность и бизнес, крупные организации и предприятия создают их для решения собственных производственных задач. Исходя из этого ГРИД претендует на роль универсальной инфраструктуры для обработки данных, в которой функционирует множество служб, позволяющих решать не только конкретные прикладные задачи, но и дополнительные сервисные услуги: поиск необходимых ресурсов, сбор информации о их состоянии, хранение и транспортировка данных.

Применение ГРИД-технологий позволяют с высоким качеством решать следующие задачи:

- массовая обработка большого объема информации;



- анализ данных по множеству параметров;
- моделирование на удаленных высокопроизводительных компьютерах;
- реалистичная визуализация проектов и больших наборов данных;
- сложные бизнес-приложения с объемными вычислениями [3].

Как правило, инфраструктура ГРИД состоит из ресурсных центров, предоставляющих пользователям вычислительные, дисковые ресурсы и информационные центры, которые координируют работу инфраструктуры. Вычислительные ресурсы представляют собой кластеры, построенные из стандартных компьютеров, объединенных локальной сетью. Размер такого кластера может достигать нескольких сотен узлов.

Простейшим вариантом распределенных вычислений является обычная пакетная система, в которой пользователь, «поставив» тем или иным способом свою задачу в «очередь», не должен беспокоиться о том, как, когда и на какой конкретно машине будет выполнено его задание. Как правило, такие системы предполагают не только идентичность аппаратной и программной среды, синхронность обновления пользовательских данных на всех машинах кластера, но и совместимость средств авторизации пользователя, то есть прав доступа пользователя к тем или иным вычислительным ресурсам. Все это может быть достигнуто достаточно простыми средствами на компьютерных кластерах масштаба одного предприятия, при наличии единого и централизованного администрирования. Однако более крупные структуры, (например, объединение счетных ресурсов нескольких организаций) требуют существенного расширения механизмов авторизации пользователя в рамках такого «гиперкластера».

Широкое применение находят также информационные ГРИДы, обеспечивающие доступ к неоднородным данным большого объема наряду с разделяемым доступом к другим видам ресурсов, включая вычислительные.

Для хранения данных в ГРИД-системах можно использовать как хранилище данных (Data Warehouse), так и системы класса OLTP (On-Line Transaction Processing). Сравнительная характеристика этих систем хранения приведена в таблице 1.

**Сравнительная характеристика систем хранения**

<b>OLTP-система</b>	<b>Data Warehouse</b>
Содержит текущие данные	Содержит исторические, текущие и прогнозные данные
Хранит подробные сведения	Хранит подробные сведения, а также частично и значительно обобщенные данные
Ориентирована на прикладные области	Ориентирована на предметные области
Предсказуемый способ использования данных	Непредсказуемый способ использования данных
Предназначена для обработки транзакций	Предназначена для проведения анализа
Высокая интенсивность обработки транзакций	Средняя и низкая интенсивность обработки транзакций
Повторяющийся способ обработки данных	Нерегламентированный и неструктурированный способ обработки данных
Поддержка принятия повседневных решений	Поддержка принятия стратегических решений
Обслуживает работников исполнительного звена	Обслуживает работников руководящего звена

Использование ГРИД технологий для решения профессиональных задач рекомендуется в случаях, когда они отвечают следующим требованиям:

- децентрализованная структура управления (например, для проектов, осуществляемых крупными организациями);
- большой объем вычислений при незначительном количестве заданий ввода-вывода и обмена данными (анализ изображений, моделирование);
- возможность разбиения процесса вычислений на ряд слабо взаимосвязанных подсистем (например, статистика продаж в разных городах);
- распределенное хранение модифицируемых данных (в частности, совместная работа с множеством баз данных);
- допустимость аппаратных или сетевых отказов, потери части результатов и других ошибок.

Чтобы активизировать деятельность по бизнес-ГРИДу, в России создаются ГРИД-порталы для реализации заказов по адаптации компьютерных приложений к работе в среде ГРИД, в первую очередь – бизнес-приложений (методика, инструментальные средства, обучение, поддержка в рабочем состоянии и т.п.). Эту общую деятельность обеспечивают три главных направления [5]:

- исследование и тестирование различных ГРИД-систем;

- разработка и внедрение ГРИД-решений для клиентов на основе существующих продуктов;
- адаптация бизнес и образовательных приложений для ГРИД-среды.

В настоящее время массовое введение ГРИД-технологий тормозит относительно малая мощность микропроцессоров, отсутствие быстрых линий связи. Для преодоления этих проблем необходимо решить задачи глобального обмена информацией, развивать научную дисциплину для организации многочисленных вычислительных процессов сложной структуры.

ГРИД-технологии должны преобразовать представление всего общества о компьютерных ресурсах и программном обеспечении, которое необходимо разработать на более высоком уровне. Ведь потребности научных, образовательных учреждений и предприятий промышленности в вычислительной мощности, пропускной способности каналов и объеме устройств хранения данных постоянно возрастают. Кроме того, для интеграции ГРИД-технологии в российскую бизнес- и промышленную среду необходимо объединение ГРИД-сетей в единую национальную сеть, соответствующую международным стандартам с последующей интеграцией в международные сети

Потенциал развития и внедрения технологий ГРИД уже сейчас оценивается очень высоко. Они имеют стратегический характер и в ближайшей перспективе могут стать вычислительным инструментарием для развития технологий в самых разных прикладных областях, так же, как стали ими Интернет и компьютеры. Однако, чтобы в полной мере пользоваться всеми преимуществами ГРИД, необходимо не только следить за их развитием, но и внедрять в ГРИД-технологии, методы и средства, максимально удобные для его применения в конкретных сферах науки, образования, бизнеса и производства.

#### **Список литературы:**

1. Коваленко В.Н., Коваленко Е.И., Корягин Д.А., Любимский Э.З. Труды 2-й международной конференции «Распределенные вычисления и Грид-технологии в науке и образовании» (Дубна, 26-30 июня 2006 г.). Дубна: 2006, Д11-2006 г.
2. Кореньков В.К. ГРИД-технологии: перспективы развития. Журнал «Зна-

ние-сила», №10, 2010.

3. Перспективные технологии. ГРИД. URL: <http://articles.org.ru/blog/?p=296>
4. Шпаковский Г.И., Стецюренко В.И., Верхотуров А.Е., Серикова Н.В. Применение технологии МРІ в ГРИД: Курс лекций. - Минск: БГУ, 2008 г.

## **ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ЭЛЕКТРОННОГО БАНКА ГОСУДАРСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ЕГО ВОЗМОЖНОСТИ**

**Карпенко Светлана Владимировна**

*кандидат экономических наук, доцент*

*Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

**Заяц Татьяна Александровна**

*старший преподаватель*

*Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации*

## **FORMATION OF A UNIFIED ELECTRONIC DATABANK OF STATE RESOURCES BELARUS AND HERS OPPORTUNITYS**

**Karpenko Svetlana Vladimirovna**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

*Belarusian Trade and Economics University of  
Consumer Cooperatives*

**Zayats Tatsiana Aleksandrovna**

*senior lecturer*

*Belarusian Trade and Economics University of  
Consumer Cooperatives*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье проводится анализ процесса информатизации в Республике Беларусь. Авторами статьи ставится задача знакомства читателей с таким новым направлением развития информационного общества как создание электронного правительства: оказание населению государственных электронных услуг из единой базы государственных информационных ресурсов.

### **ABSTRACT**

The article analyzes the process of informatization in the Republic of Belarus. The authors of the article seeks to explore the readers with the new direction of development of the information society as the creation of e-government: the provision of public electronic services to the population from single electronic database of public resources.

**Ключевые слова:** информационное общество, электронное правительство, государственные информационные ресурсы, общегосударственная автоматизированная информационная система, интернет-портал, электронная услуга, электронный документ, электронный документооборот.

**Keywords:** information society, e-government, the second-State-Information Resources, a nationwide automated-valued information system, web portal, e-services, electronic document.

Республика Беларусь приступила к строительству информационного общества. Правовой основой для его реализации является постановление Совета Министров Республики Беларусь № 1174 [10]. Одним из приоритетных направлений развития информационного общества, как отмечено в постановлении, является создание электронного правительства. Это – сеть государственных органов, объединяющая локальные сети республиканских, областных и районных органов с целью организовать систему информационных сервисов (электронная почта, опросы, форумы, иные сервисы) и оказание базовых (наиболее востребованных) электронных услуг организациям и гражданам. Основой электронного правительства должна стать единая база государственных информационных ресурсов.

Государственные информационные ресурсы (ГИР) находятся в собственности государства или создаются и (или) приобретаются за счет бюджетных средств [1].

С целью создания единой точки доступа пользователей к государственным ресурсам с января 2011 года в Беларуси проводятся работы по интеграции всех базовых и иных государственных информационных ресурсов в общегосударственную автоматизированную информационную систему (ОАИС). Ставится задача объединить посредством ОАИС ресурсы республиканских, областных и районных органов управления и перейти на оказание организациям и гражданам наиболее востребованных услуг в электронном виде [9].

Единый портал электронных услуг был открыт в начале 2011 года, став единой площадкой доступа ко всем электронным сервисам и услугам, предоставляемым белорусскими ведомствами. В современной версии Портала реализованы электронные услуги в сфере налогообложения, учета и обращения недвижимого имущества, образования и культуры.

Любой пользователь может получить государственную услугу посредством интернет-портала, доступного в сети Интернет по адресу *portal.gov.by*. Главное окно портала и страница «Электронные услуги» представлены на рисунках 1 и 2.

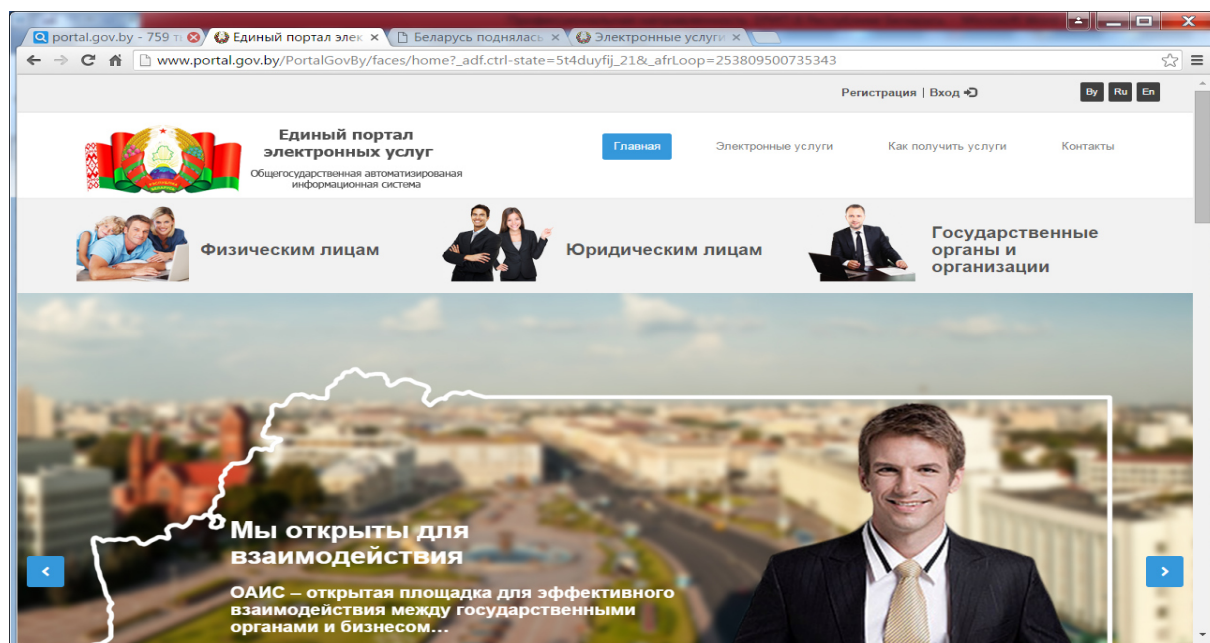


Рис. 1. Главная страница единого портала электронных услуг

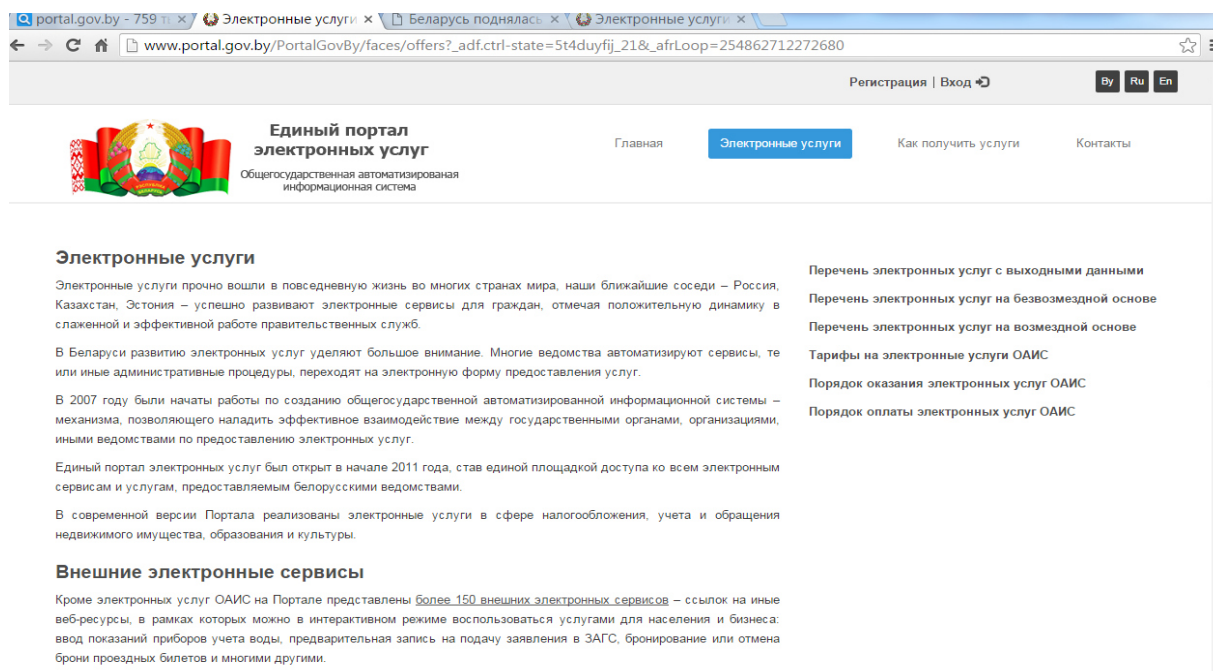


Рис. 2. Страница «Электронные услуги» единого портала

На сегодняшний день портал интегрирует 150 внешних электронных сервисов государственных органов и организаций. Это интернет-ссылки на интернет-ресурсы, сгруппированные по следующим категориям: Одно окно, Семья и быт. Строительство и ремонт, Здравоохранение и медицина, Образование и наука, Работа и карьера, Отпуск и отдых, Транспорт и коммуникации, Земельно-имущественные отношения, Бизнес, Финансы, Аукционы, Закон и право, Военное дело.

Анализ представленных ресурсов позволяет сделать вывод о различной степени подготовки областей, а тем более районов нашей республики к формированию ресурсов перечисленных категорий. Например, в категории «Одно окно» наибольшее представительство имеют г. Минск, РУП «Белтелеком» и РУП «Белэнерго». Администрация Могилева не представлена.

В категории «Здравоохранение и медицина» представлены пока три территориальные единицы: Минск, Гомель и Орша. Ситуация вполне объяснимая: Минск реализовывал пилотные проекты по внедрению ГИР и поэтому наиболее продвинулся в процессе внедрения всех видов информационных ресурсов.

Структура Справки об электронных услугах, представленной в виде ссылки на странице «Электронные услуги», включает Код ОАИС, Наименование услуги, Массив выходных данных. Массив выходных данных содержит от 6 до 50 полей, что определяется назначением ГИР. Основные владельцы (всего 11) и виды ГИР (всего 14) представляют 49 видов услуг (таблица 1).

Таблица 1

### Электронные услуги ОАИС

Владелец и оператор ГИР	Наименование ГИР	Кол-во услуг
1	2	3
Министерство юстиции	Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей	7
Госкомимущество Оператор ГИР: Национальное кадастровое агентство	Единый государственный регистр недвижимого имущества, прав на него и сделок с ним	12
Министерство по налогам и сборам	Государственный реестр плательщиков (иных обязанных лиц)	16
Министерство образования Оператор ГИР: Главный информационно-аналитический центр Министерства образования	Банк данных о документах об образовании, выданных учреждениями образования Республики Беларусь Банк данных одаренной молодежи	1 1
Министерство труда и социальной защиты Оператор ГИР: НИИ труда	Банк данных по тарификации и классификации профессий рабочих и должностей служащих	1
Министерство культуры Оператор ГИР: Институт культуры Беларуси	Банк данных талантливой молодежи	1
Министерство финансов Оператор ГИР: Республиканский центральный депозитарий ценных бумаг	Государственный информационный ресурс о ценных бумагах, права на которые ограничены залоговыми обязательствами	1

1	2	3
Министерство внутренних дел	Информационные объекты автоматизированной системы «Паспорт»	2
	База данных автоматизированной информационной системы «ГАИ-Центр»	1
Верховный Суд	Сведения по делам об экономической несостоятельности (банкротству)	1
Министерство торговли Оператор ГИР: Национальный центр электронных услуг	Информационно-справочная система «Торговый реестр Республики Беларусь»	2
	Государственный информационный ресурс «Реестр бытовых услуг Республики Беларусь»	2
Оперативно-аналитический центр при Президенте Республики Беларусь	Услуги по регистрации доменных имен	1
<b>ИТОГО:</b>	<b>14</b>	<b>49</b>

Источник: собственная разработка

Перечень электронных услуг ОАИС, оказываемых Оператором ОАИС в соответствии с законодательством Республики Беларусь на безвозмездной основе включает 48 наименований. Предоставление услуги безвозмездно выполняется для определенных категорий/перечня потребителей электронной услуги ОАИС и регулируется Соглашением о взаимодействии с владельцами ГИР.

Большой плюс электронной услуги заключается в том, что гражданину больше не требуется выполнять запрос в государственный орган и ждать несколько дней или недель, пока на него письменно ответят.

В настоящее время в реестре электронных услуг на едином портале электронных услуг размещена информация о 117 электронных услугах, которые оказываются юридически и физическим лицам. Услуги в реестре структурированы по определенным признакам (ведомства, жизненные события, категории) и представлены на главной странице портала.

Например, выбрав признак «По жизненным событиям», пользователь имеет возможность получить электронную услугу в таких жизненных ситуациях как банкротство, болезнь, военный учет, покупка недвижимости, потеря работы, выход на пенсию и т.п. В случае выбора услуг «По категориям» пользователю предлагается выбрать категорию, к которой относится услуга, которую он желает получить: жилищные отношения, здравоохранение, труд и социальная



защита, образование, транспорт и т.п. Подать заявление в ЗАГС, записать ребенка в детский сад или заказать справку об отсутствии судимости – все эти услуги в скором времени можно будет реализовать, используя Интернет.

Доступ к большинству услуг на портале не требует авторизации пользователя. Однако оказание некоторых услуг требует от пользователя пройти процедуру авторизации. На портале реализовано два способа авторизации: ввод логина/пароля; ввод электронной цифровой подписи (ЭЦП). Для получения логина и пароля доступа к услугам пользователю достаточно зарегистрироваться на портале (на главной странице имеется ссылка «Как подключиться»). После процедуры регистрации на портале реализована концепция «личного кабинета» пользователя, обеспечивающего хранение реквизитов пользователя; учет на личном счете пользователя поступления средств и их списание в процессе оказания услуг; предоставление доступа к услугам, включенным в реестр электронных услуг и доступным пользователю в соответствии с его правами и нормами законодательства Республики Беларусь; предоставление возможности заказа услуг в соответствии с правами пользователя; предоставление пользователю информационного сообщения, сформированного в результате выполнения его заказа.

Для авторизации с использованием электронной цифровой подписи (ЭЦП) пользователю необходимо получить в доверенном удостоверяющем центре сертификат открытого ключа и с его помощью авторизоваться на портале (на главной странице имеется ссылка «Как подключиться»).

Электронные услуги на едином портале представлены 3 способами, что отражает этапы их внедрения:

- первый этап – размещение информации – документация в электронном виде готова для скачивания, предоставляется информация о планируемых к предоставлению электронных услугах. Результат услуги - электронные сообщения;
- второй этап – интерактивный – предоставлена возможность заполнения онлайн-форм документов на едином портале электронных услуг и

оплаты возмездных услуг в реальном масштабе времени;

- третий этап – транзакционный – результат - электронный документ в реальном масштабе времени с возможностью оплаты потребляемых услуг посредством единого расчетно-информационного пространства в интерактивном режиме.

В качестве примера рассмотрим такую услугу электронного правительства, как электронное декларирование юридических и физических лиц. На главной странице портала (в разделе «По ведомствам») можно увидеть ссылку: Министерство по налогам и сборам – Электронное декларирование. Переход по указанной ссылке откроет страницу портала Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь с адресом *www.portal.nalog.gov.by*. Она содержит перечень ответов на все вопросы, касающиеся заполнения электронных деклараций: как подключиться к электронному декларированию; декларирование юридических лиц и индивидуальных предпринимателей; декларирование физических лиц. От клиента портала требуется:

- зарегистрироваться в качестве Абонента Удостоверяющего центра инфраструктуры открытых ключей. Субъект хозяйствования, выступающий в качестве Удостоверяющего центра, – Республиканское унитарное предприятие «Информационно-издательский центр по налогам и сборам». Для регистрации в качестве пользователя Удостоверяющего центра инфраструктуры открытых ключей плательщик должен обратиться по адресу Республика Беларусь, 220005, г. Минск, пр. Машерова, д. 7;
- установить на компьютере средства криптографической защиты, которые предоставляются Удостоверяющим центром инфраструктуры открытых ключей после регистрации плательщика;
- обеспечить доступ в Интернет с компьютера, на котором установлены средства криптографической защиты;
- установить программное обеспечение электронного декларирования (ПО АРМ «Плательщик»). Указанное программное обеспечение может быть получено в районной налоговой инспекции или загружено с портала

МНС бесплатно.

После регистрации налогоплательщика и получения ключа электронной цифровой подписи, установленное на компьютере пользователя ПО АРМ «Плательщик» предоставляет возможность создания более 15 типов электронных документов (заявлений, уведомлений и т.п.). Например: заявления о выдаче справки об уплате налога; заявления о выдаче справки (иного документа) индивидуальному предпринимателю о доходе, полученном в прошедшем году, для участия в конкурсе инвестиционных проектов; заявления о выдаче справки об открытых заемщику, ссудополучателю в банках текущих (расчетных) счетах (для предоставления бюджетного займа, бюджетной ссуды); заявления о выдаче (заверении) справки о постоянном местонахождении белорусской организации (в целях избежания двойного налогообложения); заявления о выдаче справки об уплате подоходного налога с физических лиц, земельного налога и налога на недвижимость в отношении отчуждаемого объекта недвижимого имущества; заявления о выдаче справки, подтверждающей, что индивидуальный предприниматель не является плательщиком единого налога; заявления о выдаче справки о состоянии расчетов с бюджетом; заявления о выдаче выписки из данных учета налоговых органов; заявления о зачете (возврате) излишне уплаченных (взысканных) сумм налогов; о зачете (возврате) разницы между суммой налоговых вычетов и общей суммой налога на добавленную стоимость; уведомления о переходе на упрощенную систему налогообложения; уведомления о переходе на уплату единого налога для производителей сельскохозяйственной продукции; уведомления (о принятии решения о реорганизации организации; о реквизитах банковского счета; об изменении места нахождения организации, места жительства индивидуального предпринимателя и иных).

Еще один пример. Через портал государственных электронных услуг можно зарегистрироваться и стать участником биржевой торговли через сеть Интернет. На странице портала в разделе «По ведомствам» необходимо перейти по ссылкам: Министерство торговли - Биржевая торговля через Интернет. В результате будет предоставлен доступ к сайту ОАО «Белорусская универсальная

товарная биржа» [www.butb.by](http://www.butb.by) (главная страница сайта представлена на рисунок 3). Лента главного меню сайта позволит зарегистрироваться на сайте (раздел «С чего начать»). Аккредитованным на бирже покупателям и продавцам предоставляется возможность участвовать в биржевых торгах не только на торговых площадках биржи, но и через Интернет (в режиме удаленного доступа).



Рис. 3. Главная страница сайта Белорусской универсальной торговой биржи

Биржевая торговля сельскохозяйственной и другими видами продукции через Интернет дает следующие преимущества:

1. Свободное ценообразование (биржа позволяет устанавливать реальные рыночные цены на товар, формирующиеся на основе спроса и предложения в ходе биржевых торгов в зависимости от рыночной конъюнктуры).
2. Большой ассортимент биржевых товаров (на биржевые торги выставляется более 200 наименований стандартизированных, идентичных относительно качества, взаимозаменяемых товаров).
3. Формирование конкурентной среды для покупателей и продавцов (участие в биржевых торгах по каждой товарной позиции принимают на равных условиях несколько продавцов и покупателей, что предоставляет возможность купить или продать товар по наиболее выгодной цене на основе свободной конкуренции).

4. Упрощение процедуры поиска потенциальных поставщиков и потребителей товаров (биржевая торговля дает возможность избежать затрат по поиску контрагентов, так как потенциальные покупатели (продавцы) в значительном количестве присутствуют на одной торговой площадке).
5. Заключение и оформление большого количества сделок за короткий промежуток времени (всего за несколько минут в ходе биржевых торгов можно согласовать условия биржевых сделок с одним или несколькими контрагентами, а также оформить все необходимые для заключения сделок документы).
6. Стандартизированные формы договоров купли-продажи (для оформления биржевых сделок используются разработанные биржей стандартные формы договоров купли-продажи, которые учитывают особенности биржевой торговли и специфику биржевых товаров).
7. Расчеты по биржевым сделкам и обеспечение исполнения обязательств (для обеспечения исполнения обязательств по биржевым договорам участники биржевой торговли при проведении расчетов по биржевым сделкам могут использовать счета биржи).
8. Экспертиза (для обеспечения безусловного соблюдения требований, предъявляемых к качеству товара, выставляемого на биржевые торги, биржей заключены соглашения о сотрудничестве с независимыми экспертными организациями, что позволяет нашим клиентам получать необходимые экспертные заключения).
9. Транспортно-экспедиторские услуги (для обеспечения высокого качества перевозок при перемещении товаров, приобретенных на биржевых торгах, биржа заключила соглашение о сотрудничестве с ведущими белорусскими операторами на рынке грузоперевозок).
10. Консультации специалистов (по всем возникающим вопросам можно лично (по телефону, через Интернет) проконсультироваться со специалистами биржи).
11. Котировка цен на биржевые товары (благодаря значительной концентра-

ции спроса и предложения биржевые котировки объективно отражают состояние рынка и являются ориентиром для продавцов и покупателей биржевых товаров при заключении сделок как на биржевых торгах, так и на внебиржевом рынке).

12. Проведение государственных закупок (законодательство Республики Беларусь предоставляет субъектам хозяйствования – резидентам возможность для осуществления государственных закупок с использованием биржевой площадки вместо применения установленных громоздких процедур (тендеров, конкурсов и т.д.)).

Приведенные примеры показывают важность и перспективность электронных услуг.

С 1 мая 2014 года начали работу информационные посредники электронных услуг ОАИС в лице РУП «Белпочта» и РУП «Белтелеком», которые также подключены к общегосударственной автоматизированной информационной системе [5]. В отделениях РУП «Белпочта» или «Белтелеком» сверяют паспортные данные и, если клиент может пользоваться услугой по закону, сразу же предоставят нужную информацию. С мая 2014 года через посредников оказывается шесть видов электронных услуг по недвижимости и ЖКХ.

В настоящее время в качестве партнеров портала представлены портал Президента Республики Беларусь, оперативно-аналитический центр при Президенте Республики Беларусь, Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь, РУП «Белтелеком», и РУП «Белпочта».

Еще одним шагом развития информационного общества является введение систем электронного документооборота. В Указе Президента №157 предписывается «принять меры, обеспечивающие поэтапное сокращение к 2016 году количества документов на бумажных носителях» [4]. 19 марта 2012 г., в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь [8], было создано Республиканское унитарное предприятие «Национальный центр электронных услуг». Сайт РУП «НЦЭУ» размещен в сети Интернет по адресу <http://nces.by>. Одним из основных направлений деятельности РУП «НЦЭУ» является оказание услуг по уста-

новке систем электронного документооборота (СЭД) организациям любой формы собственности и сферы деятельности, позволяющих осуществлять обмен организационно-распорядительными электронными документами; услуг по установке систем межведомственного электронного документооборота (СМДО), предназначенных для автоматизации документооборота между территориально распределенными госорганами и их взаимодействия друг с другом посредством ведомственных систем электронного документооборота (ВСЭД); услуг республиканского удостоверяющего центра (РУЦ) – услуг по выпуску, продлению сертификатов открытого ключа с выдачей сертифицированных средств электронной цифровой подписи (ЭЦП).

К началу 2015 года к системе электронного документооборота должен подключиться целый перечень госорганов и организаций. Среди них, например, Мингорисполком, облисполкомы, суды, подразделения прокуратуры и следственного комитета. На следующий 2016 год, согласно указу, состоится внедрение электронного документооборота в остальных госорганах и на госпредприятиях.

На сайте «НЦЭУ» (<http://nces.by>) пользователь (юридическое лицо) имеет возможность получить электронную услугу по установке ведомственной системы электронного документооборота (ВСЭД) в организации, а также услугу по организации доступа установленной ВСЭД к системе межведомственного документооборота (СМДО). Также на сайте предоставляется информация о разработчиках ВСЭД, которые оказывают услуги по разработке и внедрению ВСЭД в организациях, обеспечивающие интеграцию ВСЭД с СМДО:

1. Система электронного документооборота «SMBusiness» v.2. Разработчик – ООО «СофтМикс».
2. Система электронного документооборота «ППП Канцлер» v.6. Разработчик – СП ЗАО «Международный деловой альянс».
3. Система автоматизации делопроизводства и документооборота «Электронное дело» v.12.2.1. Разработчик – ООО «Электронное дело».
4. Многофункциональная система автоматизации управления данными об

- изделиях, управления электронными архивами технической документации и ведения документооборота предприятия «Search». Разработчик – ОДО «Интермех».
5. Автоматизированная система делопроизводства и контроля исполнения «Gross-Workflow» v.5. Разработчик – ООО «Гросс-домен».
  6. Система электронного документооборота «Directum Bel» v.4.9. , v.5 Разработчик – ООО «Новаком Проект».
  7. Система электронного документооборота «РЕКОРД» v.2.7 Разработчик – СП «Бевалекс» ООО.
  8. Система электронного и документооборота Галактика ЕСМ на платформе DIRECTUM v.5.0 Разработчик – унитарное предприятие «Топ Софт».
  9. Программный комплекс «Делопроизводство» v 1.00 Разработчик – республиканское унитарное предприятие «Центр информационных технологий Национального статистического комитета Республики Беларусь».
  10. Автоматизированная система документационного обеспечения управления «Медиум» v 5.1 Разработчик – государственное учреждение «Республиканский научно-практический центр медицинских технологий, информатизации, управления и экономики здравоохранения».
  11. Автоматизированная информационная система Верховного Суда Республики Беларусь v.4.0 Разработчик – НИРУП «ИППС».
  12. Система электронного документооборота Министерства иностранных дел Республики Беларусь Разработчик – НИРУП «ИППС».
  13. Система электронного документооборота ISIDA DMS v.4.5 Разработчик – ООО «Исида-Информатика».
  14. Автоматизированная система управления документооборотом. Разработчик – государственное предприятие «Центр информационных технологий Мингорисполкома».
  15. Система электронного документооборота «Документооборот и отслеживание исполнительской дисциплины» АИАС «Миноблисполком» Разработчик – ООО «Атак Солюшенс».



16. Система электронного документооборота «DOC\_OFFICE» Разработчик – ООО «Атак Солюшенс».
17. СЭД-ОС (Система электронного документооборота в отрасли строительства) v.1.0 Разработчик – республиканское унитарное предприятие «Институт жилища – НИПТИС им. Атаева С.С.
18. Система электронного документооборота «Документооборот DoXLogic» Разработчик – РУП «ИВЦ Министерства финансов Республики Беларусь».

Таким образом, в Республике Беларусь поэтапно проводятся мероприятия по реализации одного из приоритетных направлений строительства информационного общества – создание электронного правительства.

#### **Список литературы:**

1. Закон Республики Беларусь от 10 ноября 2008 года № 455-З «Об информации, информатизации и защите информации».
2. Национальная программа ускоренного развития услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий на 2011–2015 годы.
3. Указ Президента Республики Беларусь от 23 января 2014 г. № 46 «Об использовании государственными органами и иными государственными организациями телекоммуникационных технологий».
4. Указ Президента Республики Беларусь 4 апреля 2013 г. № 157 «О внесении изменений и дополнений в некоторые указы Президента Республики Беларусь».
5. Указ Президента Республики Беларусь от 8 ноября 2011 г. № 515 «О некоторых вопросах развития информационного общества в Республике Беларусь».
6. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 4 октября 2013 г. № 882 «Об утверждении перечня организаций, оказывающих в качестве информационных посредников электронные услуги посредством общегосударственной автоматизированной информационной системы».
7. Приказ Оперативно-аналитического центра при Президенте Республики Беларусь от 27.05.2013 № 33 «Об утверждении Инструкции о порядке взаимодействия ведомственных систем электронного документооборота с системой межведомственного электронного документооборота государственных органов».
8. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 31 мая 2012 г. № 509 «Об электронных услугах, оказываемых республиканским унитарным предприятием «Национальный центр электронных услуг» государственным органам, иным организациям и гражданам на безвозмездной ос-

- нове, и некоторых мерах по организации предоставления электронных услуг».
9. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 9 августа 2011 г. № 1074 «Об оказании электронных услуг и реализации государственных функций в электронном виде посредством общегосударственной автоматизированной информационной системы».
10. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 9 августа 2010 г. № 1174 «О Стратегии развития информационного общества в Республике Беларусь на период до 2015 года и плане первоочередных мер по реализации Стратегии развития информационного общества в Республике Беларусь на 2010 год».

**ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ  
ЕДИНОГО РАСЧЕТНОГО И ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА  
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Карпенко Светлана Владимировна**

*кандидат экономических наук, доцент*

*Белорусского торгово-экономического университета*

*потребительской кооперации*

**Михарева Валентина Алексеевна**

*кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой*

*Гомельского государственного технического университета*

*имени П.О. Сухого*

**PROFESSIONAL ORIENTATION OF UNITED PAYMENT  
INFORMATION SPACE OF THE REPUBLIC OF BELARUS**

**Karpenko Svetlana Vladimirovna**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

*Belarusian Trade and Economics University of*

*Consumer Cooperatives*

**Mikhareva Valentina Alekseevna**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, head of Department*

*Gomel State Technical University named after Sukhoi*

**АННОТАЦИЯ**

Анализируются функциональные возможности единого расчетного информационного пространства (ЕРИП) Республики Беларусь – уникального проекта в сфере банковских технологий. Приводятся преимущества безналичных расчетов, статистика банковских платежных карточек в обращении в республике за четыре года, производителей и услуг в системе «Расчет». Рассматриваются проблемы и перспективы развития данной системы.

**ABSTRACT**

Functionality of united payment information space (ERIP) of the Republic of Belarus is analyzed as a unique project in the field of banking technology. Advantages of noncash transactions, statistics of bank payment cards in circulation in the republic for the last four years, producers and services in the system «Raschet» are presented. Challenges and advance prospects of the above mentioned system are considered.

**Ключевые слова:** единое расчетное информационное пространство, банковские платежные карточки, электронные услуги, электронное финансовое общество.

**Key words:** united payment information space, bank payment cards, E-services, electronic financial corporation.

Применение информационных технологий в современной банковской системе становится одним из главных элементов стратегии развития банков, определяющих качество предоставляемых услуг, уровень менеджмента и надежность функционирования. единого расчетного информационного пространства (ЕРИП) Республики Беларусь – уникальный проект в сфере банковских технологий.

Расходы на поддержание и наличных, и безналичных платежей в Республике Беларусь составляют 0,6 - 0,8 процента ВВП, из них примерно две трети приходится на обслуживание собственно наличного денежного обращения. Таковы примерно цифры и в других странах мира.

Преимущества безналичных расчетов очевидны. Для государства - это сокращение налично-денежного оборота и издержек на его организацию, расширение возможности кредитования за счет пополнения ресурсной базы банков. Это обеспечивает экономический рост. Плюс для организаций - минимизация потребности в деньгах. Для граждан - снижение риска утери или хищения денег, осуществление коммунальных и иных видов платежей в безналичном порядке, а также возможность увеличить доход за счет получения процентов по остаткам средств на счетах в банках и оперативное оформление кредитов с использованием кредитной карточки.

Пластиковые карточки появились в США еще в 50-х годах XX столетия. Беларусь активно подключилась к этому процессу в начале 2000-х. За минувшие годы реализован переход на выплату заработной платы через карт-счета в банках. Имеет место следующая динамика. На 1/06/2012 г. эмиссия банковских пластиковых карточек достигла почти 9,8 млн. единиц. В более чем 31 тыс. организаций торговли (сервиса) установлено свыше 48 тысяч платежных терминалов, в стране функционирует 3445 банкоматов (в 97 процентах которых мож-

но не только получать наличные деньги, но и осуществлять безналичные платежи), 3250 инфокиосков. 90 процентов инфокиосков и около 15 процентов банкоматов и кассовых терминалов, установленных в стране, белорусского производства.

По состоянию на 01.07.2015 количество банковских платежных карточек в обращении в республике: 12 255 тыс. единиц. По состоянию на 01.10.2015 - 12 512 тыс. единиц. В таблице 1 представлена динамика основных объектов инфраструктуры обслуживания карточек за три месяца 2015 г.

Таблица 1

**Динамика основных объектов инфраструктуры  
обслуживания карточек за три месяца 2015 г.**

Объекты инфраструктуры	Количество		Прирост
	на 01.07.2015	на 01.10.2015	
Платежно-справочные терминалы самообслуживания (инфокиоски)	3 583	3619	36
Банкоматы	4384	4 387	3
Организации торговли (сервиса) (ОТС)	68 043	74 702	5659
Платежные терминалы в ОТС	94 526	101 849	7323

Источник: собственная разработка на основе данных НБРБ

На 01.07.2015 удельный вес безналичных операций в общем количестве операций с использованием платежных карточек составил 75,4%, а в суммарном выражении – 30,3%. Доля безналичных операций в 2015 г. достигала 61,3% по количеству операций и 18,9% по сумме операций (четыре с половиной года назад это было только 36,9% и 6,9% соответственно).

В России эти показатели составили 47,5% и 14,7%; на 01.01.2012 в Германии - 56% и 29,5%, в Финляндии - 87% и 70,5%, в Швеции - 88,5% и 73,5% соответственно.

На 1.10.2015 или за 9 месяцев 2015 года на территории Республики Беларусь осуществлено 685 626 241 операция с использованием банковских платежных карточек в белорусских рублях на сумму 250 778 572,4 млн. рублей. Удельный вес безналичных операций в общем количестве операций с использованием платежных карточек вырос до 76%, а в суммарном выражении – 30,9%. Общее количество операций в иностранной валюте за пределами Рес-

публики Беларусь за 9 месяцев 2015 года составило 13 921 919 операций на сумму 420 585,2 тыс. долларов США. Удельный вес безналичных операций в общем количестве операций с использованием платежных карточек по таким операциям составил 96,3%, а в суммарном выражении – 85,5%.[4]

Беларусь использует административные рычаги, стимулирующие меры и меры, направленные на повышение финансовой грамотности населения в процессе создания электронного финансового общества.

Для упрощения организации приема платежей от физических и юридических лиц Национальным банком Республики Беларусь создана «Система «Расчет» – автоматизированная информационная система единого расчетного и информационного пространства (АИС ЕРИП). Основное назначение ЕРИП — прием платежей за услуги и платежей в бюджет. «Платежи за услуги» - это платежи за товары и платежи за работы. В основе системы «Расчет» - электронное взаимодействие производителей услуг и расчетных агентов Республики Беларусь. Разработчиком программного обеспечения системы «Расчет» является ЗАО «БиСмарт». Информационную поддержку системы «Расчет» оказывает ОАО «Центр банковских технологий».

В постоянную эксплуатацию система «Расчет» введена в 2008 году. Сначала к системе были подключены социально-значимые производители услуг: водоканал, Белэнерго, облгаз, Белтелеком и ЖКХ. В настоящее время в системе «Расчет» зарегистрировано более 11000 производителей (на 1 тыс. больше, чем три месяца назад), в результате стали доступны к оплате более 54 000 услуг (на 2 тыс. больше, чем три месяца назад). В мае 2014 г. в системе «Расчет» было зарегистрировано более 6700 производителей и были доступны к оплате 50 600 услуг. Очевидна положительная динамика.

Оплата услуг может производиться с использованием наличных денежных средств, электронных денег WebMoney, EasyPay, belqi, iPay и банковских пластиковых карточек в 13 000 пунктах банковского обслуживания 24 банков, которые оказывают услуги по приему платежей, а также посредством системы Интернет и СМС-банка. В 2014 г. Были доступны 15 085 пунктах банковского

обслуживания 27 банков.

Удельный вес платежей на одну точку приема самый высокий у Приор-банка, Технобанка и Белгазпромбанка. Данный показатель указывает на то, что в перечисленных банках хорошо поставлена работа с клиентами, а также демонстрирует потенциал остальных банков для увеличения объемов работы по приему платежей.

При использовании системы «Расчет» гарантируется достоверность предоставляемой информации по платежам, а также гарантируется осуществление платежей при успешно проведенной операции. Поддержка клиента выполняется единым централизованным контакт-центром системы «Расчет». Всем расчетным агентам, подключенным к системе, предоставляется единая база по услугам, которые можно оплатить с использованием «Расчет», с учетом тарифов, установленных производителем услуг. Данные по осуществленным платежам сохраняются в системе и при повторном обращении к платежу его реквизиты и новые требования к оплате услуги будут видны в пунктах банковского обслуживания любого расчетного агента.

Анализируется нормативно-правовая база системы «Расчет», а также показатели и проблемы функционирования ЕРИП за 3 года. Направлениями развития ЕРИП по плану на 2013-2015 гг. являются предоставление населению широкого спектра услуг посредством ЕРИП; унификация размеров вознаграждений, уплачиваемых организациями - производителями услуг по идентичным услугам в ЕРИП.

Проблемными остаются вопросы, которые также можно рассматривать как направления развития данной системы.

Перспективой остается реализация ее полной функциональности в соответствии с проектом и его дальнейшее развитие. Например, платежи в валюте. Суммы платежей в валюте в целом по республике достаточно небольшие.

Продолжается приобщение еще не охваченных организаций, которые осуществляют прием платежей в белорусских рублях. Первостепенная задача - закрыть все регулярные платежи в белорусских рублях.

У ряда юридических лиц пока еще может отсутствовать IT- инфраструктура. При этом имеются организации, которые оказывают услуги по подключению к сети ЕРИП. Это лишь часть реальных проблем, имеющих место на данном этапе развития системы.

Цель ЕРИП - более эффективное решение имеющихся проблем. Объединение в единое пространство в широком смысле и организационных, и технических усилий участников бизнес-процесса приема платежей позволяет существенно изменить складывающуюся ситуацию.

Тенденции и перспективы развития ЕРИП:

Совершение платежей через социальные сети и различные гаджеты.

Интеграция с Общегосударственной автоматизированной информационной системой. Это позволит в полной мере предоставить сервисы, которые ожидают граждане от электронного правительства. Примеры такой интеграции - оплата за факты превышения скорости, выявленные с помощью фотофиксации, выявление недобросовестных водителей, не оплативших страховку или налог на дороги и др.

Создание в республике государственной системы идентификации.

Унификация биллингов предприятий различных отраслей.

Подводя итоги сказанному, следует отметить положительную динамику в развитии всех объектов ЕРИП.

Процитируем новости Оперативно-аналитического центра при Президенте Республики Беларусь от 01.12.2015 [1]: «Беларусь поднялась до 36-го места в рейтинге Международного союза электросвязи по индексу развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)... За последние 5 лет Беларусь поднялась в этом рейтинге на 14 позиций. За год мы улучшили свои позиции на 2 пункта и занимаем уже 36-е место, по-прежнему опережая Россию (45-е место) и Казахстан (58-е место)".

#### **Список литературы:**

1. Беларусь поднялась в мировом рейтинге развития информационных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [oac.gov.by/news/399.html](http://oac.gov.by/news/399.html).

2. Карпенко С.В., Синельникова А.А. Формирование единого расчетного и информационного пространства в Республике Беларусь / Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: матер. VI Международ. НПК, посвященной 50-летию учебного заведения (Пермь, 7-12 ноября 2014 г.). Том 1 / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». Пермь: ОТ и ДО, 2014. – с.167-183.
3. Развитие пластиковых карт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/payment/PlasticCards>. - Дата доступа: 2/12/2015
4. Стратегия развития банковского сектора экономики Республики Беларусь на 2011 – 2015 годы.
5. Концепция развития платежной системы Республики Беларусь на 2010 – 2015 годы: утв. постановл. Правления НБРБ от 26 февраля 2010 г., № 29

**ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ  
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
И ГОРОДОВ-ОРГАНИЗАТОРОВ, ЗАДЕЙСТВОВАННЫХ  
В ОБСЛУЖИВАНИИ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ FIFA 2018 г.**

**Карпушко Марина Олеговна**

*кандидат технических наук, доцент*

*Пермского национального исследовательского  
технического университета*

*научный сотрудник Пермского института железнодорожного транспорта,  
филиал Уральского государственного университета путей сообщения*

**Погудин Андрей Леонидович**

*кандидат технических наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**EVALUATION OF RAILWAY INFRASTRUCTURE OF RUSSIAN  
FEDERATION AND HOST CITIES INVOLVED IN THE MAINTENANCE  
OF THE WORLD CUP FIFA 2018**

**Karpushko Marina Olegovna**

*candidate of technical sciences, Associate Professor*

*Perm National Research Polytechnic University*

*Researcher Perm Institute of Railway Transport,*

*branch of the Ural State University of Railways*

**Pogudin Andrey Leonidovich**

*candidate of technical sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

**АННОТАЦИЯ**

В статье приведена оценка состояния инфраструктуры железнодорожного транспорта, задействованного при перемещении участников ЧМ-2018 по территории Российской Федерации. Перевозить большое количество людей между городами с большой скоростью можно только по железной дороге. Именно поэтому в соответствии с поручением Правительства РФ об организации скоростного железнодорожного сообщения между городами, принимающими матчи чемпионата мира по футболу 2018 года, ОАО «РЖД» разрабатывает концепцию



организации транспортного обслуживания пассажиров в период проведения чемпионата мира по футболу 2018 года.

### ABSTRACT

Article presents evaluation of railway infrastructure involved in the movement of participants in the 2018 World Cup along the territory of the Russian Federation. Transporting of people between cities at high speed is possible only by rail. That is why, the Government of the Russian Federation requested organization of high-speed rail link between the cities hosting matches of the World Cup in 2018, and «Russian Railways» company is developing a concept of transport service organization for passengers during the FIFA World Cup 2018.

**Ключевые слова:** транспортная система, железнодорожные пассажирские перевозки, транспортный спрос, центр управления пассажирскими перевозками, автоматизированное управление пассажирскими перевозками.

**Key words:** transport system, rail passenger traffic, transport demand, passenger traffic control center, automated management of passenger traffic.

Проведение крупнейших спортивных турниров представляет серьезный вызов транспортному комплексу. В этих условиях особую важность приобретают вопросы концептуального и операционного планирования транспортного обеспечения соревнований, в том числе стадийной реализации различных подготовительных мероприятий. Мировой опыт показывает, что чем раньше начинается работа в сфере транспортного планирования, тем успешней они проходят.

2 декабря 2010 года международная федерация футбола (ФИФА, FIFA) приняла решение проводить чемпионат мира по футболу 2018 года в России. Проведение турнира предусматривается в 11 городах-организаторах соревнований, которые относительно компактно распределены по четырем кластерам с отдельной зоной в Уральском федеральном округе (рисунок 1).

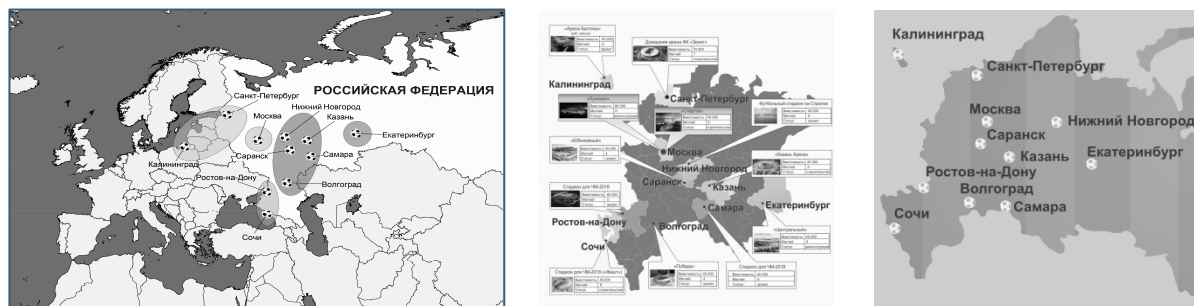


Рис. 1. География проведения матчей ЧМ-2018

Центральный кластер – г. Москва; Северо-западный кластер – г. Санкт-Петербург, г. Калининград; Волжский кластер – г. Казань, г. Нижний Новгород,

г. Самара; г. Волгоград, г. Саранск; Южный кластер – г. Сочи, г. Ростов-на-Дону; отдельная зона «Урал» – г. Екатеринбург.

Министерство транспорта РФ совместно с региональными властями и специально созданной автономной некоммерческой организацией «Транспортная дирекция чемпионата мира по футболу в Российской Федерации» контролирует ход работ на строящихся и реконструируемых транспортных объектах, которые планируется задействовать в проведении чемпионата мира по футболу 2018 года в Российской Федерации.

Предполагается, что одним из наиболее значимых видов наземного транспорта при перемещении участников ЧМ-2018 по территории Российской Федерации будет железнодорожный транспорт. В зависимости от параметров транспортной доступности города-организатора от 35% до 55% российских зрителей из удаленных регионов РФ выберут железнодорожный транспорт. Железные дороги, в отличие от аэропортов, не зависят от погоды, а терминалы, как правило, находятся в центральной части городов. В городах, где функционирует метрополитен (за исключением города Самары), железнодорожные вокзалы находятся рядом со станциями метрополитена [1].

Максимальный транспортный спрос в день проведения матчей ЧМ-2018 оценивается по железнодорожному транспорту следующим образом (чел./сутки): Москва – 16800; Санкт-Петербург – 23500; Калининград – 6800; Казань – 13100; Нижний Новгород – 25800; Ростов-на-Дону – 8250; Самара – 9430; Саранск – 6740; Сочи – 7600; Волгоград – 15400; Екатеринбург – 11900. В таблице 1 приведены предварительные результаты оценки спроса на услуги железнодорожного транспорта в зависимости от типа матча и города-организатора [3].

Основными загруженными направлениями железнодорожных пассажирских перевозок в период проведения Чемпионата мира по футболу 2018 года будут:

- Москва – Санкт-Петербург;
- Москва – Нижний Новгород – Екатеринбург;
- Москва – Ростов-на-Дону – Адлер;
- Москва – Красное (и далее до Минска – Варшавы – Берлина); - Москва –

Суземка (и далее до Киева);

- Москва – Калининград;
- Санкт-Петербург – Калининград, а также ряд сообщений в связях с городами Приволжского региона.

Таблица 1

**Дополнительный транспортный спрос со стороны зрителей  
на услуги железнодорожного транспорта**

<b>Город-организатор</b>	<b>Сценарий 1 пасс./матч</b>	<b>Сценарий 2 пасс./матч</b>
Москва (стадион «Лужники»)	25500	19000
Москва (стадион «Спартак»)	11500	10000
Санкт-Петербург	25500	20000
Казань	15000	13000
Нижний Новгород	16000	14500
Калининград	9000	8500
Сочи	10500	10000
Екатеринбург	14000	11500
Самара	11500	11500
Волгоград	12500	13500
Ростов-на-Дону	10500	10000
Саранск	12500	13500

По первому сценарию большая часть зрителей прибывает на матч из самого города-организатора и близлежащих регионов РФ. По второму сценарию большая часть зрителей прибывает на матч из-за рубежа и отдаленных регионов РФ. При разработке прогнозов учитывалась гарантия предоставления бесплатного проезда между населенными пунктами, в которых проводятся матчи чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года [4].

В качестве транзитных будут задействованы железнодорожные вокзалы города Москвы, обеспечивающие в основном перераспределение внутрироссийских пассажиропотоков. В сообщении с Москвой прогнозируется дополнительная потребность от 5 до 10 пар поездов (в зависимости от направления) в дни пиковых нагрузок на систему железнодорожного транспорта. Спрос на железнодорожный транспорт будет несколько выше среднего в Нижнем Новгороде и Санкт-Петербурге в связи с наличием хорошего железнодорожного сообщения с Москвой. Спрос на железнодорожный транспорт будет ниже среднего в Калининграде ввиду удаленности города от центральной части России и, со-

ответственно, большей продолжительности времени в пути при следовании из других регионов России, а также в связи с необходимостью пересечения государственной границы Российской Федерации.

Анализ прошедших крупных спортивных мероприятий (ЧМ2006 и ЧЕ-2008) показал, что для бесперебойного железнодорожного сообщения между городами-организаторами, а также по тем направлениям, где возможен дефицит пропускной способности, необходимо ввести дополнительные ночные поезда. Также, при отсутствии возможности сокращения времени в пути следования между городами до 5 часов на ряде направлений, например Москва – Казань, Саранск, Самара, Ростов-на-Дону, Краснодар, предполагается организовать ускоренное движение пассажирских поездов со временем хода от 8 до 12 часов.

Основные сложности транспортного обслуживания ЧМ-2018 в России обусловлены следующими факторами:

- широкая география и большое количество городов, принимающих футбольные матчи;
- сложность транспортного планирования из-за отсутствия исходных данных о составе стран-участниц, результатах жеребьевки, расписании футбольных матчей, а также отсутствия адекватных ретроспективных значений по транспортным потокам аналогичных мероприятий;
- специфические потребности транспортного обслуживания для различных клиентских групп;
- высокие значения пиковых нагрузок на транспортные узлы;
- большое количество временных мест размещения гостей и участников;
- непредсказуемость пассажиропотоков в фазе «плей-офф»;
- массовый отъезд болельщиков отсевшихся команд; обеспечение повышенных мер безопасности.

Для решения данных транспортных задач Комитет «Россия 2018/2022» предлагает внедрение автоматизированных систем управления и следующих технологических решений и систем [5]:

- систему планирования использования активов и составления соответст-

вующего расписания;

- систему автоматического обнаружения транспортных средств;
- автоматический подсчет пассажиров;
- систему оповещения о чрезвычайной ситуации;
- связь с водителями;
- обработку запросов на организацию перевозок;
- доступ ФИФА к ИТ-системам.

Для этого 1 июля 2016 года в Москве откроется Единый федеральный центр управления пассажирскими перевозками (ФЦУПП) гостей чемпионата мира-2018. ФЦУПП будет осуществлять стратегическое и тактическое транспортное планирование, действуя как центр оперативного управления транспортным процессом (рисунок 2).

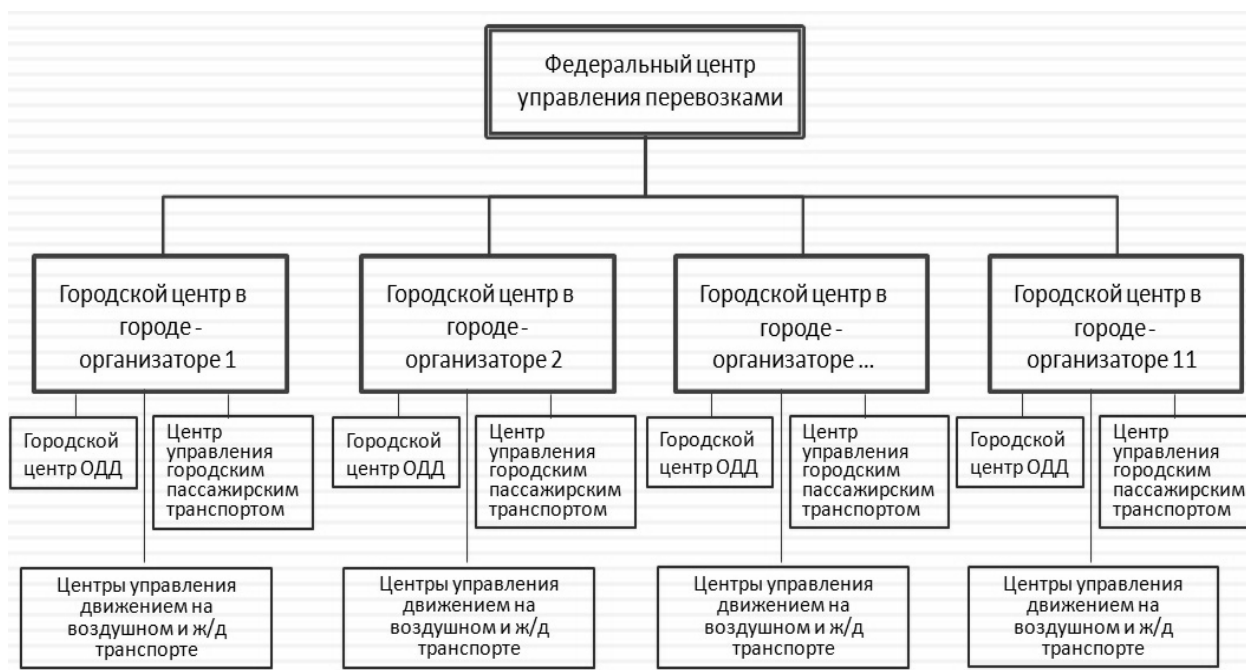


Рис. 2. Двухуровневая централизованная система управления пассажирскими перевозками

На втором уровне располагаются Городские центры управления пассажирскими перевозками (далее ГЦУПП), которые будут создаваться на уровне города-организатора и являться базовыми звеньями централизованной системы управления пассажирскими перевозками. ГЦУПП ответственны за внутригородские, пригородные и региональные перевозки, осуществляют бесперебойный оперативный обмен данными с ФЦУПП в период подготовки и проведения

Чемпионата мира по футболу 2018 и Кубка Конфедераций 2017. Данные центры уже существуют в крупных городах, а в малых городах, таких как Саранск, Калининград, Волгоград, Сочи планируется их создание.

В задачи ФЦУПП входят:

- планирование, организация и управление международными и междугородными пассажирскими перевозками;
- организация обеспечения благоприятных условий для международных, междугородных поездок гостей и участников ЧМ на личных и арендованных автомобилях и автобусах, включая пересечение государственной границы;
- координация деятельности и оказание в необходимых случаях помощи городским центрам управления пассажирскими перевозками;
- анализ хода и результатов перевозок по обеспечению ЧМ и формирование аналитических и отчетных материалов;
- обеспечение доступа ФИФА к ИТ-системам, в том числе доступа специалистов ФИФА к ИТ-системам организации движения транспорта, наличия интерфейсов их взаимодействия с другими ИТ-системами ФИФА, а также наблюдения специалистами ФИФА за использованием всех официально аккредитованных транспортных средств в режиме реального времени в ходе проведения ЧМ;
- информационно-технологическое обеспечение взаимодействия между объектами системы, в том числе ведение общесистемной базы данных (БД).

Задачи ГЦУПП:

- планирование и управление внутригородскими перевозками гостей и участников ЧМ всеми видами транспорта с использованием имеющихся интеллектуальных транспортных систем, в частности автоматизированных систем управления дорожным движением;
- организация обеспечения благоприятных условий для внутригородских поездок гостей и участников ЧМ на личных и арендованных автомоби-

лях, включая вопросы парковки;

- организация встречи прибывающих транспортом дальнего следования гостей и участников ЧМ и их доставки в пункты назначения, а также доставка убывающих гостей и участников ЧМ на вокзалы, автовокзалы, в аэропорты, морские и речные порты;
- мониторинг прибытия и отправления гостей и участников ЧМ;
- организация и управление перевозками участников ЧМ по запросам;
- принятие совместно с органами МВД, МЧС, Минздрава и др. мер по устранению затруднений движения автотранспортных средств, перевозящих гостей и участников ЧМ, по предупреждению и ликвидации последствий ДТП, чрезвычайных ситуаций, актов незаконного вмешательства на объектах транспортной инфраструктуры и на транспортных средствах;
- анализ хода и результатов перевозок в зоне ответственности центра и формирование аналитических и отчетных материалов;
- информационно-технологическое обеспечение функционирования и взаимодействия элементов АСУПП, развернутых в зоне ответственности центра.

Этап по разработке базовых документов по организации автоматизированного управления пассажирскими перевозками ЧМ-2018 в части организации перевозок железнодорожным транспортом (международное и междугороднее сообщение) включает:

- разработку подсистемы «железнодорожный транспорт» комплексной модели транспортной системы Российской Федерации прибытия и убытия в страну и города-организаторы гостей и участников соревнований железнодорожным транспортом, с учетом существующего расписания, возможности организации дополнительных пар поездов, использования резервных маршрутов;
- компьютерное моделирование дополнительных (связанных с проведением ЧМ-2018) и фоновых пассажиропотоков на ж/д транспорте в международном и междугороднем сообщении, выявление «узких» мест в транс-

портной инфраструктуре и/или организации транспортного обслуживания пассажиров в период проведения соревнований;

- анализ хода реализации и уточнение планов по совершенствованию инфраструктуры железнодорожного транспорта (линейная инфраструктура, вокзалы, подвижной состав, информационное обеспечение и т.д.) на основе уточненных расчетов и результатов моделирования, с учетом анализа хода выполнения Постановления Правительства РФ [2], региональных программ подготовки к проведению соревнований и рекомендаций Концепции транспортного обеспечения ЧМ-2018. Подготовка предложений по перечню дополнительных мероприятий с учетом определения возможных источников финансирования;
- разработка стратегического плана организации перевозок гостей и участников ЧМ-2018 железнодорожным транспортом с учетом географического расположения стран-участниц, наличия и видов транспортных связей, требований к транспортному обслуживанию различных клиентских групп FIFA, особенностей транспортных предпочтении различных групп зрителей и т.д.;
- разработка предложений по организации бесплатных перевозок зрителей с билетами и перечня мероприятий по их реализации.
- уточнение и детализация планов управления рисками и резервными возможностями при транспортном обслуживании ЧМ железнодорожным транспортом.

Стратегией развития «РЖД» до 2030 года предусмотрено создание и развитие автоматизированных систем управления перевозочным процессом, переход на безбумажные технологии. Реализация инициативы обеспечит создание единой информационной платформы функционирования автоматизированных систем, обеспечивающих комплексное управление эксплуатационной работой на основе использования единой информационной модели и методов адаптивного планирования, а так же переход на безбумажные технологии. На основе комплекса автоматизированных систем будет осуществляться развитие адап-



тивных методов планирования перевозок, оптимизации перевозочного процесса, планирования производственных ресурсов в соответствии со спросом на перевозки.

Из представленных материалов можно сделать несколько основных выводов.

Во-первых, задача управления транспортным обеспечением отличается сложностью, беспрецедентной для РФ и характерной для наиболее масштабных из проводимых в мире мероприятий.

Во-вторых, оптимальным способом быстрого, своевременного, всепогодного и безопасного перемещения пассажиров являются скоростные и высокоскоростные пассажирские перевозки железнодорожным транспортом. По опыту проведения соревнований подобного уровня в других странах развитие таких перевозок является одним из обязательных условий качественного транспортного обслуживания Чемпионата мира по футболу.

В-третьих, для обеспечения высокой эффективности транспортного обслуживания мероприятий ЧМ-2018 необходимо предусмотреть создание системы управления этим процессом, включающей соответствующие средства автоматизации процессом управления.

#### **Список литературы:**

1. Концепция транспортного обеспечения Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России. [Электронный ресурс] // Транспортная дирекция Чемпионата мира по футболу в Российской Федерации 2018. Электрон. версия печат. публ. URL: <http://www.td2018.ru/uploads/concept.pdf>
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 20 июня 2013 г. № 518 «О программе подготовки к проведению в 2018 году в Российской Федерации чемпионата мира по футболу».
3. Транспортное обеспечение чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России. ОАО «Научно-исследовательский институт автомобильного транспорта» АНО «Транспортная дирекция чемпионата мира по футболу 2018 года в Российской Федерации» АНО «Оргкомитет «Россия-2018» [Электронный ресурс] // Транспортная дирекция Чемпионата мира по футболу в Российской Федерации 2018. Электрон. версия печат. публ. URL: <http://www.td2018.ru/uploads/keynote.pdf>
4. Федеральный закон «О подготовке и проведении в Российской Федера-

- ции Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка Конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 7 июня 2013 г. № 108ФЗ.
5. Федеральный закон Российской Федерации от 07 июня 2013 г. № 108-ФЗ «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

## **ТЕХНОЛОГИИ ЕСТЕСТВЕННО-ИНТУИТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КОМПЬЮТЕРОМ**

**Катанова Татьяна Николаевна**

*кандидат физико-математических наук, доцент, заведующая кафедрой  
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**Болотов Андрей Михайлович**

*кандидат технических наук, доцент  
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

## **COURSE TECHNOLOGY-INTUITIVE INTERACTION WITH THE COMPUTER**

**Katanova Tatyana Nikolaevna**

*candidate of physical and mathematical sciences, Associate Professor,  
head of Department  
Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

**Bolotov Andrey Mihailovich**

*candidate of technical sciences, Associate Professor  
Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

## **АННОТАЦИЯ**

Естественно-интуитивные интерфейсы опираются на традиционное человеческое взаимодействие, применяющее осязание, зрение, речь. Современные интерфейсы базируются на кинетическом управлении, дополненной реальности и 3D-голограммах. Рассмотрены примеры применения интерфейсов в образовании.

## **ABSTRACT**

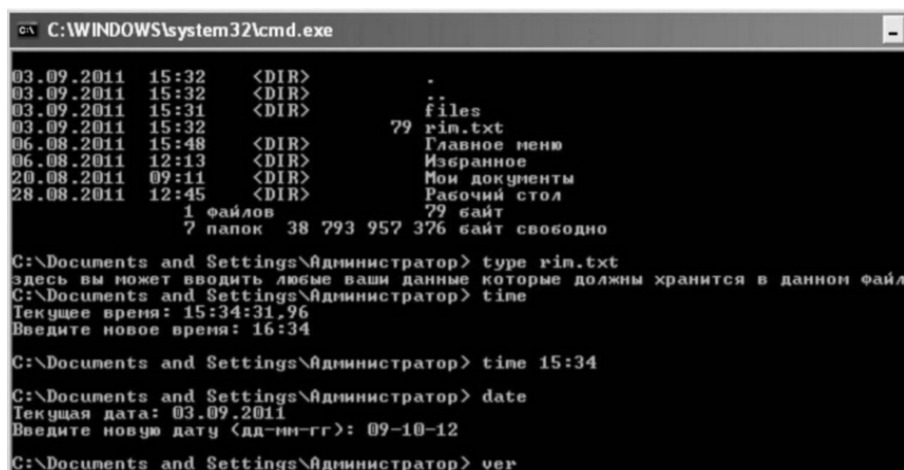
Natural and intuitive interfaces are based on traditional human interaction using touch, sight, speech. Modern interfaces based on the kinetic management, augmented reality, and 3D Holograms. Examples of application interfaces in education

**Ключевые слова:** естественный интерфейс, дополненная реальность, кинетическое управление, интеллектуальная среда, образование

**Keywords:** natural interface, augmented reality, kinetic control, intellectual environment, education.

Взаимодействие с компьютером начиналась с интерфейса командной строки. Его применить мог только специалист в области кибернетики, так как

он должен был владеть языком команд MS DOS. Человек подавал только текстовые команды.



```
C:\WINDOWS\system32\cmd.exe
03.09.2011 15:32 <DIR> .
03.09.2011 15:32 <DIR> ..
03.09.2011 15:31 <DIR> files
03.09.2011 15:32 79 rin.txt
06.08.2011 15:48 <DIR> Главное меню
06.08.2011 12:13 <DIR> Избранное
20.08.2011 09:11 <DIR> Мои документы
28.08.2011 12:45 <DIR> Рабочий стол
1 файлов
7 папок 38 793 957 376 байт свободно

C:\Documents and Settings\Администратор> type rin.txt
здесь вы может вводить любые ваши данные которые должны хранится в данном файле
C:\Documents and Settings\Администратор> time
Текущее время: 15:34:31.96
Введите новое время: 16:34

C:\Documents and Settings\Администратор> time 15:34

C:\Documents and Settings\Администратор> date
Текущая дата: 03.09.2011
Введите новую дату <дд-мм-гг>: 09-10-12

C:\Documents and Settings\Администратор> ver
```

Рис. 1. Интерфейс командной строки

На рис. 1 изображен скрин такого интерфейса. Здесь, например, третья команда сверху запрашивает дату.

Следующим появился графический интерфейс GUI, в котором элементы (меню, кнопки, значки, списки), представленные пользователю на дисплее, исполнены в виде графических изображений. Графический интерфейс определяет взаимодействие с пользователем на уровне визуализированной информации.

В настоящий момент компьютерный мир начинает применение нового этапа естественных интерфейсов. Интерфейсы опираются на традиционное человеческое взаимодействие, применяющее осязание, зрение, речь. Люди управляют физическими объектами руками, общаются между собой с помощью жестов, эмоций, движений. Люди имеют возможность взаимодействовать с технологиями, как в реальном мире. Технологии должны стать невидимыми на перцептивном и когнитивном уровнях, а взаимодействие – естественным. Снижается когнитивная нагрузка на человека, взаимодействующего с интерфейсом, он действует спонтанно. Манипулирование реальными объектами в реальном мире, опыт обычного общения словами и жестами становится основой взаимодействия человека и компьютера.

На современном этапе направлением в проектировании интерфейсов является тенденция к распространению дополненной реальности, кинетическому

управлению и более тесному вплетению рутинных практик в управление технологиями.

Технология воспринимающего компьютеринга делает шаг за рамки привычных нам средств управления цифровыми устройствами. Здесь роль контроллера играет человек, совершая привычные для него действия из повседневной жизни.

Будущее интерфейсов – кинетическое управление, дополненная реальность и 3D-голограммы.

Оптический контроллер Leap Motion, позволяющий управлять компьютером при помощи жестов, доступен в широкой продаже. Сейчас Leap Motion не сможет полностью заменить клавиатуру и мышь во многом из-за недостатка приложений, которые способны полностью раскрыть его потенциал. С другой стороны, Google уже предусмотрел возможность исследования цифровой модели Земли в Google Earth при помощи жестов, а Corel – рисование картин прямо в воздухе. Поддержка крупных компаний вселяет оптимизм в развитие кинетического управления. Другие приложения, которые доступны для устройства, позволяют управлять роботами, исследовать Вселенную, проводить хирургические операции и создавать музыку.

Широкий интерес вызвал инновационный проект Glass – первая разработка закрытой лаборатории Google X, которая получила ограниченное распространение. «Умные очки» стимулировали интерес к теме переносимых на теле человека технологий. Хотя их функционал и доступность на данный момент сильно ограничены, всё может измениться с появлением новых приложений.

Специалисты отмечают два тренда, проявляющих себя на фоне сращивания коммуникации и медиапотребления с искусственным интеллектом и социально-сетевыми возможностями. Первый – растворение компьютеров в окружающей среде человека, которая становится «интеллектуальной» и адаптивной. Также происходит распространение мобильных устройств, которые будучи прикреплёнными к человеку используют контекстуальную информацию (где в данный момент находится пользователь, чем занимается, что происходит во-

круг, что это за момент) в различных сервисах.

Особенно интересно применение воспринимающего компьютеринга в образовании.

Любой преподаватель искренне заинтересован в том, чтобы в аудитории студенты принимали активное участие в образовательном процессе, а не поглядывали на часы и мобильные устройства, ожидая окончания занятия. Возможности воспринимающего компьютеринга позволяют совершенствовать традиционные подходы к проведению занятий, используя техники привлечения внимания, движения тела и жесты, которые помогают студенту усваивать новую информацию в более интересной форме и в тоже время оставаться сфокусированным на определенной задаче.

Подобный подход к проведению занятий со студентами называется активное обучение и уже широко применяется на западе. Студенты задают вопросы, выходящие далеко за рамки учебного материала. Это большой успех, т.к. студенты начали задумываться о применении пройденного материала в контексте реального мира.

В качестве примера интерактивного инструмента для обучения детей можно привести песочницу дополненной реальности [5], которая позволяет детям создавать своими руками ландшафты из песка, получать при этом горы, ущелья, вулканы, долины и реки. Проект построен с использованием камеры, работающей в связке с топографическим программным обеспечением и 3D-проектором.



Рис. 2. Песочница дополненной реальности

Применение этой технологии можно найти не только в обучении детей, но и в ландшафтном дизайне и проектировании городов.

В процессе обучения очень полезна возможность визуализации сложных объектов. Например, приложение Molecula позволяет, используя жестовое управление, манипулировать молекулой ДНК, изображенной на экране. Манипуляции включают возможность захвата молекулы, поворота и увеличения [6]. Можно пойти дальше и реализовать жестовую сборку сложных объектов в любой области из составных частей.

Дистанционное обучение принимает новый вид при использовании анимированных аватаров. Анимация дистанционного обучения, совместной работы над проектами и общение между классами с помощью аватаров превращает обычные видео-звонки в полностью виртуальную среду. Возможности воспринимающего компьютеринга позволяют отслеживать движения, распознавать лица, чтобы каждый ученик смог иметь свой собственный аватар и мог в режиме реального времени увидеть на экране виртуального собеседника улыбающимся, кивающим, говорящим и показывающим жесты. С другой стороны, применив данную возможность в классе, ученик теряет страх выступления перед аудиторией, ведь вместо него может выступать его аватар [1], а это еще один интересный способ вовлечь ученика в активное обучение.

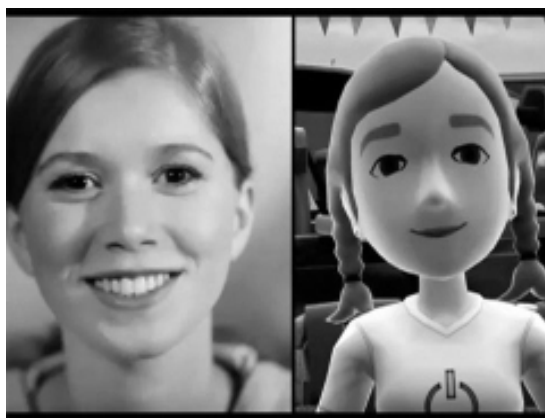


Рис. 3. Анимация дистанционного обучения с помощью аватара

Возможности воспринимающего компьютеринга позволяют производить сегментацию изображения, за счет камеры глубины. Подобная функция также нашла свое место в дистанционном образовании и онлайн общении. Программ-

ный продукт Nuvixa StagePresence помещает изображение лектора поверх любого презентуемого материала. Такой подход к созданию электронных учебных материалов позволит студентам видеть лектора в процессе дистанционного обучения [9].

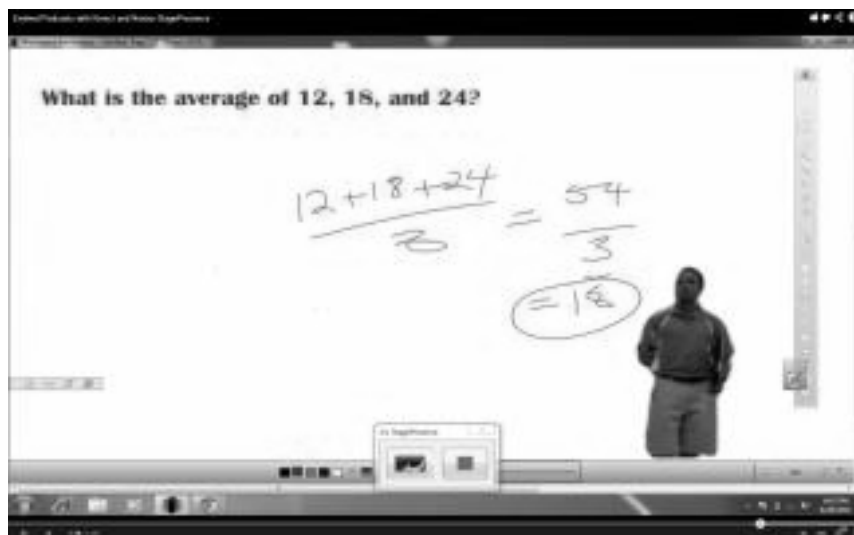


Рис. 4. Виртуальный лектор

Возможности воспринимающего компьютинга для управления мультимедиа контентом можно продемонстрировать на примерах проекта Intel Perceptual Challenge.

Приложение Perceptual Helper позволяет назначать жестовые команды для выполнения действий по управлению мультимедиа в операционной системе. Разработчики заявляют, что в следующей версии функционал приложения будет расширен голосовыми и мимическими командами [8].

Приложение NoTouch Window Control разработано для управления окнами в ОС Windows. С помощью стандартных жестов из Intel Perceptual Computing SDK, пользователь может перемещать открытые окна,

Приложение Perceptual Gallery разработано для навигации в фотоальбоме при помощи жестов. С помощью жестовых команд пользователь может перемещаться между папками с фото, переключать фотографии, вращать фото и запускать слайд шоу [7].

Google Earth Controller позволяет осуществлять виртуальные путешествия в любую точку мира, просматривать фотоснимки городов и зданий при помощи

жестового управления [4].

TryLive Eyewear от компании Total Immersion, чье программное обеспечение входит в состав Intel Perceptual Computing SDK, работает как виртуальная примерочная, позволяя онлайн-покупателям просмотреть весь ассортимент оправ и в реальном времени подобрать себе подходящую [3].



Рис. 5. Виртуальная примерочная

Реализация функций естественно-интуитивного взаимодействия в интерактивных приложениях позволит отражать реальность, а не создавать копию реальности. Разработка приложений, использующих функции естественно-интуитивного взаимодействия должна вдохновляться реальным миром. Естественно-интуитивное взаимодействие основано на наших природных навыках, используемых в повседневной жизни. Каждый день мы используем наши руки для манипуляции объектами, голос, чтобы общаться. В виртуальной среде все эти естественные человеческие возможности позволят забыть про правила и сделать взаимодействие легче.

Новый интерфейс буквально, а не абстрактно отображает объекты реального мира, то есть отображает более привычные элементы управления (переключатели и регуляторы) для манипуляций вместо абстрактных текстово-символьных альтернатив. Приложения становятся интуитивно понятными, то есть пользователю не придется долго осваивать функции интерактивного приложения, повысится надежность приложений, они не будут реагировать на случайные или ложные действия.



Расширяется функционал интерактивных приложений, пополняясь новыми движениями, позами, языками. Уже существующие функции также улучшаются и применяются в деловой сфере [2].

С развитием технологий обработки речи, изображений и видео, взаимодействие человека с компьютером выходит на новый этап. В последние годы человеко-компьютерное взаимодействие было расширено и конечной целью является то, что связь между людьми и машинами должна стать похожа на коммуникацию человека с человеком.

### **Список литературы:**

1. Анимация с помощью аватара. Avatar Kinect - CES 2011: First Look Debut Trailer | HD. URL: <http://youtu.be/-U-pPJsqiMA>
2. Болотов А.М., Катанова Т.Н. Сайты предприятий Перми как инструмент ведения электронной коммерции в секторе B2B. Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Современная торговля: теория, практика, инновации», посвященной 20-летию работы учебного заведения по программам высшего профессионального образования, 10-18 ноября 2015 г., Пермь, Изд-во: ОТ и ДО, 2015.
3. Виртуальная примерочная Face Analysis Demo. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.trylive.com/>
4. Виртуальные путешествия. Google Earth Controller. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://youtu.be/QhjbTqc253o>
5. Песочница дополненной реальности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://habrahabr.ru/post/220239/>
6. Приложение Perceptual Computing: Molecual. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=EYhZAsKDHb8&list=PLT8Rgp51PBmx3reOk8mFnsqUEtdKddRd>
7. Приложение Perceptual Gallery. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://youtu.be/5bdSKaP0AnM>
8. Приложение Perceptual Helper. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://youtu.be/YWnQppEzSiE>
9. Сегментация изображения. Evolved Podcasts with Kinect and Nuvixa StagePresence. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://youtu.be/BmGtKRve7I8>

## **МОДЕЛЬ ВОЗДЕЙСТВИЯ ВЫСОКОСКОРОСТНОЙ ГАЗОВОЙ СТРУИ**

**Павлов Александр Николаевич**

*кандидат технических наук, доцент*

*Пермского военного институт внутренних войск*

*Министерства Внутренних Дел Российской Федерации*

**Погудин Андрей Леонидович**

*кандидат технических наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**Ильин Вадим Владимирович**

*кандидат технических наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**Карпушко Марина Олеговна**

*кандидат технических наук, доцент*

*Пермского национального исследовательского*

*технического университета*

*научный сотрудник Пермского института железнодорожного транспорта,*

*филиал Уральского государственного университета путей сообщения*

## **MODEL HIGH IMPACT GAS JETS**

**Pavlov Alexander Nikolaevich**

*candidate of technical sciences, Associate professor*

*Perm Military Institute of Internal Troops*

*of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation*

**Pogudin Andrey Leonidovich**

*candidate of technical sciences, Associate professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

**Ilyin Vadim Vladimirovich**

*candidate of technical sciences, Associate professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

**Karpushko Marina Olegovna**

*candidate of technical sciences, Associate Professor*

*Perm National Research Polytechnic University*

*Researcher Perm Institute of Railway Transport,*

*branch of the Ural State University of Railways*

## **АННОТАЦИЯ**

Рассмотрены вопросы воздействия высокоскоростной газовой струи на расчёт гранатомёта. Исследовано взаимодействие продуктов сгорания топлива с жидкостью, ударные волны в парогазожидкостных смесях при наличии процессов разрушения слоя жидкости и дробления капель в высокоскоростном газовом потоке. Представлены экспериментально-аналитические зависимости, позволяющие описать течение парогазожидкостной смеси по коническому раструбу. Приведенные схемы позволяют решить проблему влияния избыточного давления ударной волны при выстреле на расчёт гранатомёта.

## **ANNOTATION**

The problems of high-speed gas jet impact on the calculation of a grenade launcher. The interaction of the combustion products of liquid, shock waves in the

vapor-gas mixtures in the presence of the processes of destruction and fragmentation of the liquid layer drops in a high speed gas stream. We present experimental and analytical dependence allowing to describe the vapor-gas mixture during the conical funnel. These schemes allow a sieve problem of the influence of excess pressure of the shock wave in the calculation of the shot grenade launcher.

**Ключевые слова:** высокоскоростная газовая струя, выстрел, звуковое давление, ударная волна.

**Keywords:** high-speed gas jet, shot, sound pressure, the shock wave.

Дальнейшее развитие противотанковых средств ближнего боя характеризуется возрастанием энергетических характеристик РДТТ. Это увеличение приводит к резкому повышению уровня избыточного давления ударной волны, возникающей при запуске РДТТ, которое воздействует на стрелка. При выстреле из гранатомёта из сопла РДТТ истекают пороховые газы с высокой скоростью 1000-1300 м/с, которая в несколько раз превышает скорость звука в воздухе. В начальный момент истечения образуется ударная волна, распространяющаяся со сверхзвуковой скоростью, и создаётся высокое звуковое давление. Как известно, человеческое ухо выдерживает звуковое давление не более 20-22 дБ.

Уровень звукового давления, выражаемый в децибелах определяется по отношению к эталонному давлению по формуле [1]:

$$L = 20 \lg \left( \frac{p_{зв}}{p_{эм}} \right)$$

где:  $p_{зв}$  – давление в звуковой волне;

$p_{эм}$  – эталонное давление, принимаемое равным

$$p_{эм} = 2 \cdot 10^{-5} \frac{H}{м^2} = 2 \cdot 10^{-10} \frac{кг}{см^2} = 2 \cdot 10^{-4} \text{ мкбар.}$$

Частота звуковых колебаний измеряется в герцах. Чем выше уровень звукового давления, тем с большей силой звук воздействует на органы слуха человека. При достаточно больших значениях уровня давления звуковая волна может вызывать травму слуховых органов различной степени тяжести, в связи с чем уровень звукового давления является одним из основных эргономических показателей «шумящих» машин и механизмов.

Специальные исследования показывают, что громкость звука, как фактор

субъективного восприятия звуковой волны человеком, зависит как от уровня звукового давления, так и от частоты звуковых колебаний. При этом оказывается (рис. 1), что при одинаковом уровне давления громкость звука возрастает при увеличении частоты, или, наоборот, на более высоких частотах звук воспринимался как равный по громкости при меньших уровнях давления. При возрастании громкости увеличивается физиологическое воздействие звука на человека и при уровнях давления, лежащих выше кривой предельно допустимых значений, звук вызывает невосстанавливаемые травмы органов слуха (снижение слуха или даже глухоту) [2].

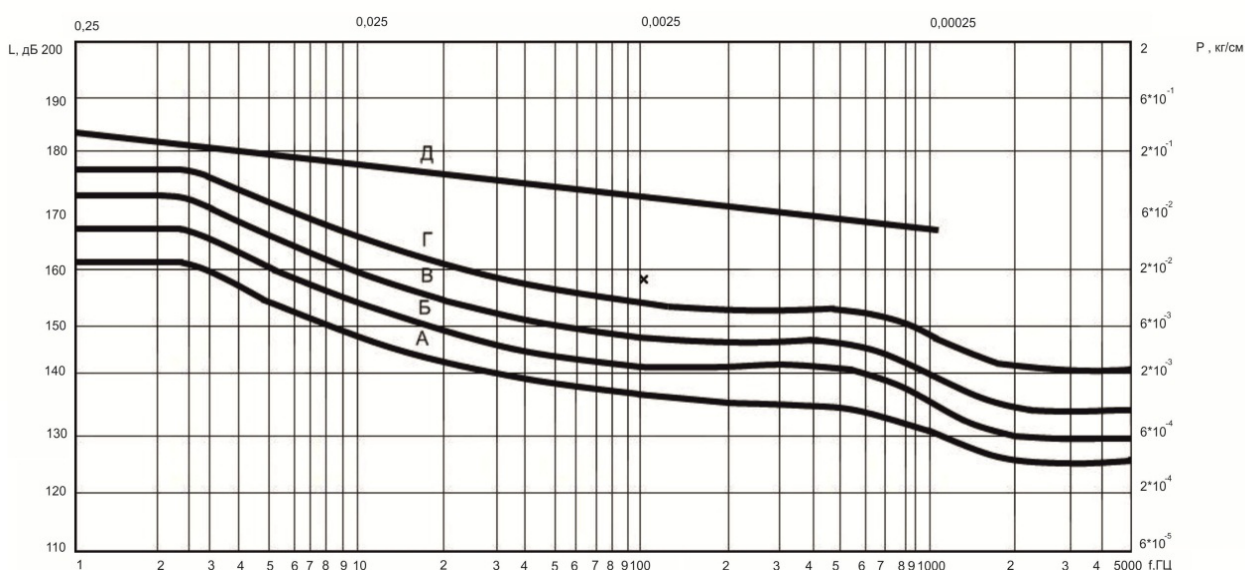


Рис. 1. Линии равной громкости

В отличие от звуковой, ударная волна характеризуется избыточным давлением  $\Delta p$  и продолжительностью действия  $T$ , которые измеряются соответственно в единицах давления  $\left( \frac{H}{\text{см}^2}, \frac{\text{кгс}}{\text{см}^2}, \frac{H}{\text{м}^2} \right)$  и в единицах времени (с).

Между характеристиками ударной и звуковой волн существуют формальные соотношения связи, позволяющие переводить одни характеристики в другие и таким образом сравнивать эти два физических явления по степени их воздействия на человека.

Уровень звукового давления и избыточное давление формально связаны соотношением

$$L = 20 \lg \left( \frac{\Delta p}{p_{\text{эт}}} \right), \text{ дБ},$$

а частота звуковой волны и продолжительность действия, ударной волны формально соответствуют друг другу по соотношению [3]:

$$f = \frac{1}{T}, \text{ Гц}.$$

На практике удобнее пользоваться не полным временем действия ударной волны  $T$ , а продолжительностью фазы сжатия  $\tau_c$ . Экспериментальные исследования показывают, что  $T \cong 4\tau_c$ , тогда

$$f = \frac{1}{4\tau_c}, \text{ Гц}$$

На рисунке 1 изображены кривые равной громкости в совмещенных шкалах, позволяющие одновременно оценивать степень воздействия на человека и звуковой, и ударной волны. При этом прямая  $D$  определяет предельно допустимые воздействия этих волн на человека. При акустических исследованиях источников звуковых и ударных волн широкое применение нашли пьезоэлектрические датчики, преобразующие давление в электрический сигнал, который затем подается на регистратор – электронный осциллограф с запоминающим устройством. Однако эти датчики требуют специальной усилительно-преобразовательной, регистрирующей и таражной аппаратуры, что не всегда доступно при проведении подобных исследований[4].

В таблице 1 представлены аппроксимационные данные кривой равной громкости в совмещенных шкалах.

Таблица 1

**Аппроксимационные данные**

L, дБ	$\Delta p_{\text{эфф}}$			L, дБ	$\Delta p_{\text{эфф}}$		
	мкбар	кг/см <sup>2</sup>	н/м <sup>2</sup>		мкбар	кг/см <sup>2</sup>	н/м <sup>2</sup>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
80	2	$2 \cdot 10^{-6}$	0,2	156	12620	$1,26 \cdot 10^{-2}$	1262
86	4	$4 \cdot 10^{-6}$	0,4	157	14160	$1,42 \cdot 10^{-2}$	1416
92	8	$8 \cdot 10^{-6}$	0,8	158	15890	$1,6 \cdot 10^{-2}$	1589
98	16	$1,6 \cdot 10^{-5}$	1,6	159	17820	$1,78 \cdot 10^{-2}$	1782
100	20	$2 \cdot 10^{-5}$	2,0	160	20000	$2 \cdot 10^{-2}$	2000
104	32	$3,2 \cdot 10^{-5}$	3,2	161	22440	$2,24 \cdot 10^{-2}$	2244
106	40	$4 \cdot 10^{-5}$	4,0	162	25180	$2,5 \cdot 10^{-2}$	2518

1	2	3	4	5	6	7	8
110	64	$6,4 \cdot 10^{-5}$	6,4	163	28250	$2,8 \cdot 10^{-2}$	2825
112	80	$8 \cdot 10^{-5}$	8,0	164	31700	$3,2 \cdot 10^{-2}$	3170
116	128	$1,28 \cdot 10^{-4}$	13	165	35560	$3,6 \cdot 10^{-2}$	3556
118	160	$1,6 \cdot 10^{-4}$	16	166	39900	$4 \cdot 10^{-2}$	3990
120	200	$2 \cdot 10^{-4}$	20	67	44770	$4,5 \cdot 10^{-2}$	4477
122	251,8	$2,52 \cdot 10^{-4}$	25,2	168	50230	$5 \cdot 10^{-2}$	5023
124	317	$3,2 \cdot 10^{-4}$	32	169	56360	$5,6 \cdot 10^{-2}$	5636
126	399	$4 \cdot 10^{-4}$	40	170	63240	$6,3 \cdot 10^{-2}$	6324
128	502,3	$5 \cdot 10^{-4}$	50,2	172	79620	$8 \cdot 10^{-2}$	7962
130	632,4	$6,3 \cdot 10^{-4}$	63,2	174	100200	0,1	10020
132	796,2	$8 \cdot 10^{-4}$	79,6	176	126200	0,126	12620
134	1002	$1 \cdot 10^{-3}$	100,2	178	158900	0,159	15890
136	1262	$1,3 \cdot 10^{-3}$	126,2	180	200000	0,20	20000
138	1589	$1,6 \cdot 10^{-3}$	159	182	251800	0,252	25180
140	2000	$2 \cdot 10^{-3}$	200	184	317000	0,32	31700
142	2518	$2,5 \cdot 10^{-3}$	252	186	399000	0,4	39900
144	3170	$3,2 \cdot 10^{-3}$	317	188	502300	0,5	50230
146	3990	$4 \cdot 10^{-3}$	399	190	632400	0,632	63240
148	5023	$5 \cdot 10^{-3}$	502	192	796200	0,8	79620
150	6324	$6,3 \cdot 10^{-3}$	632,4	194	1020000	1,0	102000
151	7096	$7,1 \cdot 10^{-3}$	710	196	1262000	1,262	126200
152	7962	$8 \cdot 10^{-3}$	796,2	198	1589000	1,59	158900
153	8933	$8,9 \cdot 10^{-3}$	893,3	200	2000000	2,0	200000
154	10020	$1 \cdot 10^{-2}$	1002				
155	11250	$1,12 \cdot 10^{-2}$	1125				

Для решения проблемы влияния избыточного давления ударной волны при выстреле на расчёт гранатомёта предлагается следующая схема. В предсопловой объём РДТТ между диафрагмой и сопловой заглушкой разместить охлаждающую жидкость.

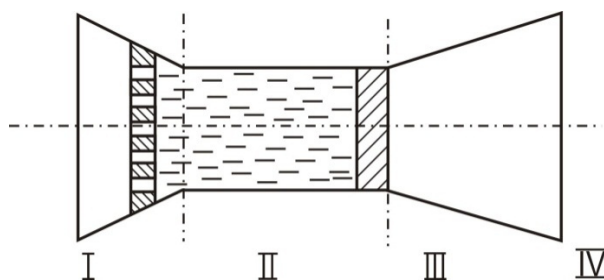


Рис. 2. Схема протекания процесса взаимодействия газа с жидкостью

Горячий газ через отверстия в диафрагме проникает в воду (рис. 2). При этом происходят сложные ударно-волновые и термодинамические процессы. Остановимся на их рассмотрении более подробно.

В рассматриваемой физической полунатурной модели используется тео-

рия механического разрушения слоя жидкости, непосредственно примыкающего к отверстиям диафрагмы 2.

На начальном этапе истечения газа формируются газонаполненные полости, охватывающие области, примыкающие к диафрагме в области II. Под воздействием скоростного напора струи полости вытягиваются в продольном направлении напротив каждого отверстия, принимая форму, близкую к эллипсоиду вращения (рис. 3).

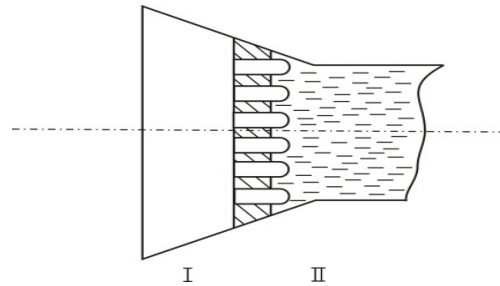


Рис. 3. Образование эллипсоидных полостей

Истечение газа из отверстий диафрагмы предваряется соударением волны сжатия о жидкость, форма фронта которой при удалении от отверстий приближается к полусфере. В акустическом приближении скорость звука в воде  $a_{\text{ж}}$  и газа  $a_{\text{г}}$  не зависит от интенсивности возмущений; тогда из равенства нормальных к поверхности раздела скоростей газа и воды [5]:

$$p = \left( p_{\text{г}} + p_{\text{жс}} \cdot \frac{\rho_{\text{г}} \cdot c_{\text{г}}}{\rho_{\text{жс}} \cdot c_{\text{жс}}} \right) \cdot \left( 1 + \frac{\rho_{\text{г}} \cdot c_{\text{г}}}{\rho_{\text{жс}} \cdot c_{\text{жс}}} \right)^{-1},$$

где:  $p$  – давление в районе отверстий после прохождения волны сжатия;

$\rho_{\text{жс}}$  и  $\rho_{\text{г}}$  – плотность воды и газа соответственно.

Начальная скорость границы раздела плотностей после прохождения волны сжатия

$$v_0 = \frac{p - p_{\text{жс}}}{\rho_{\text{жс}} \cdot c_{\text{жс}}} = \frac{p_{\text{г}} - p_{\text{жс}}}{\rho_{\text{жс}} \cdot c_{\text{жс}} + \rho_{\text{г}} \cdot c_{\text{г}}}.$$

При удалении фронта волны от отверстий скорость жидкости уменьшается по закону:

$$v(r, t) = \frac{\Delta p(r, t)}{\rho_{\text{жс}} \cdot c_{\text{жс}}} + \frac{1}{\rho_{\text{жс}} \cdot r} \int_0^t \Delta p(r, t) dt.$$

Параметры расширения газовой полости (давление  $p$  и температура  $T$  газа в пузыре, радиус сферы  $R$ ) можно оценить из следующих соотношений:

$$R \frac{d^2 R}{dt^2} + \frac{3}{2} \left( \frac{dR}{dt} \right)^2 = \frac{p - p_{жс}}{\rho_{жс}}; \quad \frac{4 \cdot \pi \cdot p \cdot R^3}{3} = \frac{m}{\mu} \cdot R_0 \cdot T;$$

$$\frac{dT}{dt} = \frac{1}{m} \cdot \left[ \frac{dm}{dt} \cdot (T_0 \cdot k - T) - \frac{p_s}{c_v} \cdot 4\pi R^2 \cdot \frac{dR}{dt} \right],$$

где:  $m$  – масса газа в пузыре;

$c_v$  – удельная теплоёмкость газа.

Последнее уравнение получено в предположении, что теплообмен между газом и жидкостью, движение газа в полости отсутствуют.

Рассматривая область III можно отметить, что в этой области происходит дальнейшее дробление капель жидкости.

Течение в области III можно рассматривать как многофазное движение в рамках многоскоростной модели. Для математического описания течения двухфазного потока будем использовать следующие допущения:

1. Среда является двухскоростной и двухтемпературной, т.е. в каждой точке потока имеются две скорости (скорость газа и скорость капель) и две температуры (температура газа и температура капли). При этом совокупность капель считается непрерывно распределённой по всему объёму с условной плотностью «газа» капель  $\rho_{жс}$ , равной произведению численной концентрации капель в единице объёма на массу одной капли.
2. Давление создаётся только газом; влиянием капель пренебрегаем.
3. Течение стационарное; массовый расход газа и массовый расход жидкости вдоль по течению постоянны.
4. В любом поперечном сечении все параметры постоянны.
5. Капли, являясь сферами одного и того же диаметра, не взаимодействуют между собой и со стенками сопла.
6. Система теплоизолирована; обмен теплом имеет место лишь между каплями и газом и осуществляется только путём конвекции.
7. Вязкие силы проявляются только при взаимодействии капель с газом. Ус-



корение капель обусловлено только действием этих же сил. Объёмом, занимаемым каплями, можно пренебречь.

8. Вследствие высокой теплопроводности капель воды их температура по всему объёму постоянна. Гравитационными силами можно пренебречь.

Для математического описания течения парогазожидкостной смеси в области IV будем использовать следующие допущения [4]:

1. Расстояния, на которых параметры течения меняются, существенно больше характерного размера капель.
2. Капли жидкости несжимаемые и не сталкиваются между собой.
3. Вязкость и теплопроводность учитывается в процессе взаимодействия фаз.
4. Дробление крупных капель на мелкие происходит по механизму «обдирки». Мелкие капли, срывающиеся с поверхности крупных капель, образуют микротуман.
5. Часть сорванных мелких капель, находящихся в горячем газовом потоке, испаряются.
6. Если условия дробления не наступают, то крупные капли также начинают испаряться.

Парогазожидкостную смесь (ПГС) можно рассматривать как некую односкоростную и однотемпературную среду со своими теплофизическими свойствами.

С учётом изложенного, рассмотрим следующую задачу. Пусть в бесконечном пространстве, заполненном ПГС (область IV) распространяется ударная волна со скоростью  $v_{ув}$  и  $v_{уг} > a_z, a_p$  ( $a_z, a_p$  – замороженная и равновесная скорости звука в смеси перед волной). Тогда ударная волна имеет впереди себя скачок уплотнения в газе, на котором параметры газа удовлетворяют соотношениям Ренкина-Гюгонио (влиянием капель на параметры газа непосредственно за скачком можно пренебречь [3,5]), а параметры капель практически не меняются. Таким образом, на скачке имеем следующие граничные условия [3]:

$$\frac{\rho_{z1}}{\rho_{z0}} = \frac{(\kappa+1)M}{2 + (\kappa-1)M}; \quad \frac{v_{z1}}{a_{z0}} = \frac{2}{\kappa+1} \left( \frac{\kappa-1}{2} M + \frac{1}{M} \right),$$

$$\Delta p = \frac{p_1}{p_0} = \frac{\kappa-1}{\kappa+1} \left( \frac{2\kappa M^2}{\kappa-1} - 1 \right),$$

где  $\kappa$  – показатель адиабаты,

$$\rho_{ж1} = \rho_{ж0}; \quad v_{ж1} = v_{ж0}; \quad T_{ж1} = T_{ж0}; \quad M = \frac{v_{z0}}{a_0}.$$

Индексы 0 и 1 относятся к параметрам перед скачком и за скачком; параметры  $(p_{z1}, \rho_{z1}, \rho_{ж1}, v_{z1}, v_{ж1}, T_{ж1})$  определяют граничные условия в точке  $x=x_1$ , соответствующей положению скачка уплотнения, и позволяет рассчитать структуру зоны релаксации в области  $x > x_1$ .

#### Список литературы:

1. Аманбаев Т.Р., Ивандаев А.И. Структура ударных волн в двухфазных смесях газа с каплями жидкости // ПМТФ. – 1998. – № 2.
2. Ивандаев А.И., Кутушев А.Г., Нигматулин Р.И. Газовая динамика многофазных сред // Итоги науки и техники. Серия МЖГ. – М.: ВИНТИ, 1981. – Т.16.
3. Павлов А.Н. Анализ ударно-волновых процессов в газожидкостных средах // Аэрокосмическая техника и высокие технологии – 2004: Тез. докл. Всероссийской НТК/ Пермский государственный технический университет, Пермь, 2004.
4. Рэнджер А.А., Николс Дж. А. Дробление капель жидкости в конвективном газовом потоке. «International Journal of Heat and Mass Transfer», 1972, т. 15, № 6, р. 1203-1211.
5. Dickerson R., Coultas T. Breakup of droplets in an accelerating gas flow. – N.Y., 1966.-(Paper/AIAA; N 611).

## **СЕКЦИЯ III. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И БИЗНЕСА**

### **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОЙ ФОРМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**Байбардина Татьяна Николаевна**

кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой  
Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации

**Бурцева Оксана Александровна**

старший преподаватель  
Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации

**Жуковец Александр Александрович**

старший преподаватель  
Белорусского торгово-экономического университета  
потребительской кооперации

### **PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF NETWORK FORM OF REALIZATION OF EDUCATIONAL PROGRAMS IN THE REPUBLIC OF BELARUS**

**Baybardina Tatyana Nikolaevna**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor Head of the Department  
Belarusian Trade and Economics University of  
Consumer Cooperatives*

**Burtseva Oksana Aleksandrovna**

*senior lecturer  
Belarusian Trade and Economics University of  
Consumer Cooperatives*

**Zhukovets Alexander Aleksandrovich**

*senior lecturer  
Belarusian Trade and Economics University of  
Consumer Cooperatives*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассмотрены проблемы и выявлены перспективы развития сетевой формы реализации образовательных программ в Республике Беларусь. В современном мире повышение качества высшего образования является одной из приоритетных задач, в решении которой особое место принадлежит международному сотрудничеству при организации академической мобильности, в том числе с использованием сетевой формы реализации образовательных программ.

### **ABSTRACT**

The article deals with the problems and prospects of the development of the network form of realization of educational programs in the Republic of Belarus. In the present world the education quality improvement is one of high priority tasks and

the international cooperation takes a certain place in the organization of academic mobility, including the use of network form of the realization of educational programs.

**Ключевые слова:** высшее образование, сетевая форма образования, академическая мобильность, образовательные программы, имплементация.

**Keywords:** higher education, network form of education, academic mobility, educational programs, implementation, unification, educational standards.

В мировой системе высшего образования принципиально новым инструментом эффективного и качественного построения образовательной деятельности является сетевая форма. Большое значение сетевое взаимодействие приобрело и для системы высшего образования Республики Беларусь. Здесь наиболее значимой стала сетевая форма реализации образовательных программ, обеспечивающая кооперацию ресурсов нескольких организаций высшего образования.

Данная тенденция была связана с несколькими процессами в системе высшего образования, к числу которых относился, начавшийся в прошлом веке, Болонский процесс, предполагавший:

- интернационализацию и глобализацию сферы высшего образования;
- диверсификацию высшего образования по институциональным формам, уровням и содержанию – в дистанционном формате;
- синхронизацию большей части образовательных программ;
- расширение академической мобильности, распространение программ обмена между студентами и преподавателями.

Мировые тенденции реформирования и модернизации системы высшего образования ставят перед белорусской образовательной системой также задачи совершенно нового уровня. Формирование эффективной модели конкурентоспособной системы высшего образования Республики Беларусь не может происходить в отрыве от процессов формирования единого европейского пространства высшего образования [1, с. 266].

Особое место в системе современного образования отводится сетевой форме реализации образовательных программ, которая предполагает совместную деятельность учреждений- партнеров по разработке и реализации совместных программ, наличие мобильности студентов и преподавателей, зачет ре-

зультатов освоения обучающимися образовательной программы в другом учреждении-партнере, совместное использование ресурсов и т.п. При этом возможна выдача диплома как одного учреждения высшего образования (УВО), включенного в консорциум (совместное обучение), так и нескольких партнеров (совместные дипломы).

Сетевая форма реализации образовательных программ предполагает освоение обучающимися образовательной программы с использованием ресурсов нескольких учреждений высшего образования (УВО) и иных организаций, в том числе иностранных, обладающих ресурсами, необходимыми для осуществления деятельности, предусмотренной соответствующими образовательными стандартами.

В настоящее время сетевая форма является не просто одной из новых возможностей, (своего рода опцией по реализации образовательных программ), но и необходимым принципиально новым инструментом эффективного и качественного построения образовательной деятельности. В связи с начавшимся и во многом закономерным процессом объединения образовательных организаций высшего образования сетевая форма реализации образовательных программ рассматривается как компенсация недостатка в УВО Республики Беларусь собственных ресурсов по реализации образовательных программ. В реализации образовательных программ с использованием сетевой формы наряду с организациями, осуществляющими образовательную деятельность, также могут участвовать научные организации и иные организации, обладающие ресурсами, необходимыми для осуществления обучения, проведения учебной и производственной практики и осуществления иных видов учебной деятельности, предусмотренных соответствующей образовательной программой.

В Республике Беларусь наработана определенная практика реализации образовательных программ в сетевой форме. Так, на настоящий момент 17 учреждений высшего образования (32%) реализуют 32 образовательные программы в сетевой форме с зарубежными партнерами (Литва, Российская Федерация, Германия, Португалия, Китай, Польша, Япония, Финляндия и др.) При этом

51% таких программ предполагают выдачу двойных дипломов, 26% -диплома Республики Беларусь, диплом только иностранного УВО выдается в 23% случаев. В 52% сетевое обучение ведется на первой ступени высшего образования, в 35% - в магистратуре, в 13% - по двум ступеням высшего образования.

Однако, практика сетевого обучения с участием только белорусских УВО в развитом виде практически отсутствует, хотя сотрудничество между региональными и столичными УВО является широко распространенным.

Среди проблем, которые требуют решения для обеспечения эффективного развития сетевой схемы образования в УВО Республики Беларусь, можно отметить, в частности, следующие:

- несовпадение требований зарубежных и белорусских образовательных структур к образовательным программам (признание присуждаемых академических степеней и квалификаций, ориентация на образовательные результаты, введение системы кредитов, механизмы обеспечения контроля качества);
- отсутствие системы нормативного правового регулирования процесса разработки и реализации образовательных программ в сетевой форме, их финансового и организационного обеспечения. Например, реализуемая белорусскими УВО образовательная программа должна соответствовать существующим образовательным стандартам и входить в перечень образовательных программ, отражённых в лицензии на осуществление образовательной деятельности. Действующее законодательство сейчас не предусматривает получение лицензии на осуществление образовательной программы, составной частью которой является образовательная программа зарубежного учреждения образования. Унифицированные процедуры признания периодов и результатов обучения в зарубежном УВО отсутствуют;
- организация финансирования мобильности преподавателей и обучающихся;
- несовпадение присуждаемых квалификаций и статуса дипломов выпускников, освоивших образовательные программы в сетевой форме с участием

зарубежных учреждений образования, необходимость наличия соответствующего уровня владения иностранным языком для белорусского профессорско-преподавательского состава.

Кроме того, отсутствие должного опыта реализации сетевого сотрудничества у большинства УВО и одновременно имплементация в образовательную практику основных инструментов европейского пространства высшего образования требует системной работы по обучению и повышению квалификации управленческого персонала и преподавателей УВО, изучения опыта лучших совместных образовательных программ и распространение этого опыта, обеспечение соответствующей информационной поддержки.

Потребность в развитии сетевой формы реализации образовательных программ в Республике Беларусь продиктована такими причинами как:

- необходимость повышения качества подготовки выпускников за счет объединения кадровых, материальных и других ресурсов УВО и других организаций, развития кадрового потенциала профессорско-преподавательского состава за счет мобильности и осуществления образовательной деятельности с использованием новых методик и технологий обучения;
- реализация обучения, в первую очередь в магистратуре и аспирантуре, в полноценных по размеру группам, обеспечивающих экономическую эффективность и качество обучения;
- создание условий для полноценного обучения в магистратуре и аспирантуре региональных УВО, не имеющих достаточного количества высококвалифицированных кадров;
- развитие в УВО новых моделей и навыков управления образовательными проектами и процесса обучения, реализация мероприятий по имплементации механизмов Болонского процесса.

Сетевая форма реализации образовательных программ предполагает ориентацию на соблюдение следующих приоритетов инновационной направленности высшего образования Республики Беларусь:

- компетентностный подход, акцентирующий внимание на результативности

образования;

- активизация инновационной деятельности студентов, подготовка специалистов, способных инициировать и реализовывать инновационные проекты на любом производстве;
- внедрение интерактивных методов обучения, предполагающих постоянное систематическое взаимодействие преподавателя и студентов между собой в учебном процессе;
- развитие инновационного мышления, предполагающего проявление психической, эмоциональной, познавательной активности, направленной на решение конкретных нестандартных проблем;
- активизация самостоятельной управляемой работы студентов;
- разработка дистанционных методов обучения, в том числе с использованием учебно-методических порталов университета;
- стремление к обеспечению преемственности системы образования[2,с.65].

Соблюдение данных приоритетов при внедрении сетевой формы реализации образовательных программ для системы высшего образования будет способствовать укреплению ресурсного потенциала высшей школы Республики Беларусь, повышению ее имиджа на мировом рынке образовательных услуг.

#### **Список литературы:**

1. Байбардина, Т.Н. Современные аспекты развития высшей школы Республики Беларусь в условиях формирования инновационной модели экономики / Т.Н. Байбардина, Н.П. Лапицкая, И.И. Грищенко // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права – 2015. – №1(53). – С. 265-273.
2. Байбардина, Т.Н. Развитие высшего образования в условиях внедрения инновационной экономической модели в Республике Беларусь / Т. Н. Байбардина, Н. П. Лапицкая // Актуальные биотехнологии. – Воронеж. – 2014. – №1(8). – С. 60-66.



**ТРУДОУСТРОЙСТВО СТУДЕНТОВ И ВЫПУСКНИКОВ  
НА РЫНКЕ ТРУДА ФЕДЕРАЛЬНЫХ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ Г.ПЕРМИ:  
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Бармина Элеана Эмильевна**

*кандидат медицинских наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**EMPLOYMENT OF STUDENTS AND GRADUATES  
IN THE LABOR MARKET FEDERAL RETAIL CHAINS OF PERM:  
PROBLEMS AND PROSPECTS**

**Barmina Eleana Emilevna**

*candidate of medical sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

**АННОТАЦИЯ**

В статье обобщены факторы, влияющие на выбор вуза и будущей профессии, а также требования работодателей к выпускникам. Приведены результаты исследования трудоустройства студентов очной формы обучения. В работе использованы методы опроса, статистической обработки данных.

**ABSTRACT**

The paper summarizes the factors affecting the choice of university and future profession and the requirements of employers to the graduates. The results of the study of employment full-time students. We used survey methods, statistical data processing.

**Ключевые слова:** трудоустройство, конкурентоспособность выпускников, факторы выбора, требования работодателей, сетевая розничная торговля.

**Keywords:** employment, competitiveness of graduates, selection factors, the requirements of employers, retail network.

Персонал является одним из важнейших факторов успеха торгового предприятия, залогом его конкурентоспособности и эффективного развития. С одной стороны обеспеченность квалифицированными, заинтересованными в процветании предприятия, обладающими необходимыми профессиональными компетенциями, а так же социальными и коммуникативными навыками кадрами в современной ситуации имеет стратегическое значение. С другой стороны актуальной является проблема трудоустройства выпускников вузов, наиболее полной реализации их профессионального и личностного потенциала. После получения высшего профессионального образования в России больше половины выпускников работают не по специальности, которая значится в дипломе, для некоторых профессий эта доля доходит до 70-90% [2]. Причины такой ситуации не однозначны.

1. Важной причиной, влияющей в конечном итоге на трудоустройство не по полученной специальности является выбор вуза для поступления. Часто профессиональная ориентированность абитуриентов является слабой. Бывшие школьники при выборе вуза не имеют четкого представления о будущей профессии, о том, где они будут иметь возможность применения полученных знаний и компетенций. Наиболее частыми факторами при выборе вуза абитуриентами являются наличие бюджетных мест на то или иное направление подготовки; преимущества и условия, которые может предложить учебное заведение (материально-техническая база учебного заведения, наличие мест в общежитиях, и т.д.); места практики и возможности трудоустройства выпускников; географическое (территориальное) расположение вуза относительно места жительства абитуриента (приближенность к месту жительства или наоборот расположение вуза в другом регионе/городе, крупных городах, столице); наличие средств на получение платного образования (многие студенты выбирают институт, исходя из финансовых возможностей родителей); наличием знакомых и друзей, которые учатся в учебном заведении и могут поделиться полезной информацией о вузе. Также важными факторами являются династические причины (профессия родителей или близких родственников) и наличие четкого желания к приобретению той или иной специальности.

Таким образом, на этапе выбора наличие информации, осведомленности о вузе и будущей профессии имеет большое значение, и вопросы грамотной профессиональной ориентации приобретают решающую роль. В этой связи интересный пример отбора будущих студентов представляет такой вуз, как Московский Физико-Технический Институт (государственный университет), который ежегодно проводит летние школы для абитуриентов. На своей базе в г. Долгопрудный вуз собирает выпускников специализированных школ, участников олимпиады МФТИ и в течение двух недель проводит различные мероприятия в игровой и экскурсионной форме, фактически проводя и профориентационную работу и одновременно отбор абитуриентов для поступления на факультеты данного вуза.

2. Следующей причиной, которую необходимо учитывать при выборе вуза и приобретаемой профессии это различия в образовании, которые дают специализированный вуз и университет. Для университетов характерна академичность и широта приобретаемых знаний; в то время как для отраслевых вузов характерна более узкая и глубокая специализированная ориентация в тенденциях развития данной отрасли или области знаний.

3. Еще одной причиной, является то, что в процессе обучения большинство студентов вузов рассчитывают на предоставляемые высшим образованием долгосрочные выгоды. В настоящее время престижность высшего образования несколько снизилась, и для того чтобы реализовать себя в послевузовской жизни, необходимо строить свою карьеру, начиная приобретать практический опыт работы находясь еще в статусе студента. Это может быть связано, как с финансовыми причинами, так и с практическим интересом студента в области приобретаемых знаний, а также с требованиями работодателей о наличии опыта. Среди требований, предъявляемых к молодым специалистам, выделяются не только фундаментальность их знаний, но и способность к инновациям, расширению сферы деятельности, готовность к постоянному самообучению. Кроме того, во многих случаях студенты и выпускники в качестве сотрудников могут быть привлекательны с точки зрения минимизации расходов на приобретение и потребление рабочей силы, хотя в некоторых областях, например, на управленческих позициях, просто необходим определенный опыт работы, и выпускники, не обладающие им, не могут занять соответствующее место в компании. Но вместе с позитивными факторами, влияющими на конкурентоспособность молодых специалистов, имеется ряд объективных характеристик, предопределяющих настороженное отношение к ним со стороны работодателей. К их числу можно отнести: недостаточность или отсутствие профессионального опыта в сочетании с завышенными требованиями к условиям и оплате труда; неопределенность трудовых и профессиональных интересов; социальная и психологическая нестабильность и другие. Многие работодатели, используют выпускников не в соответствии с полученным образованием и квалификацией, а исходя из

потребностей компании.

На сегодняшний день в Пермском крае свою деятельность осуществляют 11 крупных международных, федеральных и региональных сетей, доля сетевых компаний в обороте розничной торговли региона имеет неизменную тенденцию роста [3]. На региональном рынке сегодня развивается значительное количество предприятий торговли, в том числе крупных форматов, таких как гипермаркеты и торгово-развлекательные центры, имеющие сетевую принадлежность регионального, федерального или международного уровня. К особенностям организации работы таких предприятий относится организация широкого ассортимента услуг покупателям, наличие интернет-сайта, в составе которых ключевыми арендаторами становятся предприятия федеральных розничных операторов [1]. Конкурентная борьба разворачивается на этапе обслуживания покупателя, и оперативный торговый персонал является одним из факторов конкуренции.

Для раскрытия проблем трудоустройства студентов был рассмотрен первичный этап отбора персонала в магазины г. Перми федеральных сетей непродовольственного ритейла (сети «Техносила», «Эльдорадо», «М.видео», «Спорт Мастер»). Были выбраны федеральные розничные сети, поскольку ведущие региональные розничные сети продовольственного ритейла, такие как «Семья», «ВИВАТ» и другие являются партнерами вуза и предлагают особые условия трудоустройства, а также эффективные системы кадрового роста студентов и выпускников нашего вуза. Проанализированы анкеты кандидатов сетевых магазинов непродовольственных товаров, также при собеседовании со специалистами кадровых служб поднимался вопрос о трудоустройстве студентов очной формы обучения. Анализ показал, что помимо общих вопросов есть свои особенности и требования в каждой компании.

Работодателей компании «М.видео» интересует желаемая должность- нужно отметить на какую должность вы пришли устраиваться; затем полная занятость, частичная или ночная; для кандидатов на частичную занятость предлагается указать, в какой день недели можете работать и в какое время. В компании «Техносила» анкета очень объемная. Она содержит много вопросов, которые касаются частной жизни, социальной ориентации и на первый взгляд имеют мало отношения к

профессиональным характеристикам потенциального кандидата, и не могут быть юридически обоснованными причинами отказа в трудоустройстве. При общении с менеджерами отдела кадров, выяснилось, что студентов принимают на работу. Однако, на практике оказалось, что ни в одном из магазинов «Техносила» студентов дневного отделения категорически не берут на работу.

Повторяется аналогичного характера вопросы и в анкете сети «Спорт Мастер»: Анкета магазинов «Спорт мастер» самая объемная и интересная, наиболее точно отражает, что работодатель заинтересован вопросами о будущем соискателя, его приверженности к здоровому образу жизни, занятия фитнесом, тем самым работодатель обращает большое внимание на компетентность будущих работников в области спорта. Работодатель спрашивает у соискателя его отношение к собственности и его планы (профессиональные, личные) на ближайшие пять лет. После заполнения анкеты следует работа с кандидатом, т.е. менеджер по подбору персонала проверяет правильность заполнения анкеты, пишет рекомендации и комментарии и выявляет результат проверки подходит ли эта кандидатура для работы в этом магазине.

Сеть магазинов «Эльдорадо» студентов принимает на работу в качестве продавца-консультанта с почасовой оплатой труда. Менеджер по кадрам данной компании удостоверила, что анкета не самое главное при трудоустройстве соискателя, гораздо важнее тестирование, по которому определяют, подходит ли им этот человек на эту должность. Практика показала, что студенты, которые приходили устраиваться на работу в эту компанию, оказались в неловком положении, т.к. им каждый рабочий день следовало начинать с раздачи листовок на улице около часа, следовательно, профессиональные навыки студентов не интересуют «Эльдорадо».

В результате практическим путем было выявлено, что при проведении анкетирования все кадровые службы торговых сетей заявляли, что приглашают на работу студентов очной формы обучения, а при первичном собеседовании под благовидными предлогами старались на работу не взять, ссылаясь на отсутствие опыта.

На втором этапе было проведен выборочный опрос студентов 1-4 курсов факультетов менеджмента, учетно-финансового и факультета коммерции нашего института с целью выявить количество работающих студентов очного отделения (рис. 1). Выборка не репрезентативна, однако полученные данные позволяют обобщенно судить о данной проблеме. В результате было выявлено, что минимальное количество работающих студентов – это студенты 1-го и 2-го курсов, что вполне закономерно. На первых курсах происходит адаптация студентов к новым жизненным условиям, связанным с учебой в ВУЗе. К старшим курсам количество работающих студентов увеличивается, достигая 50% на выпускном курсе.

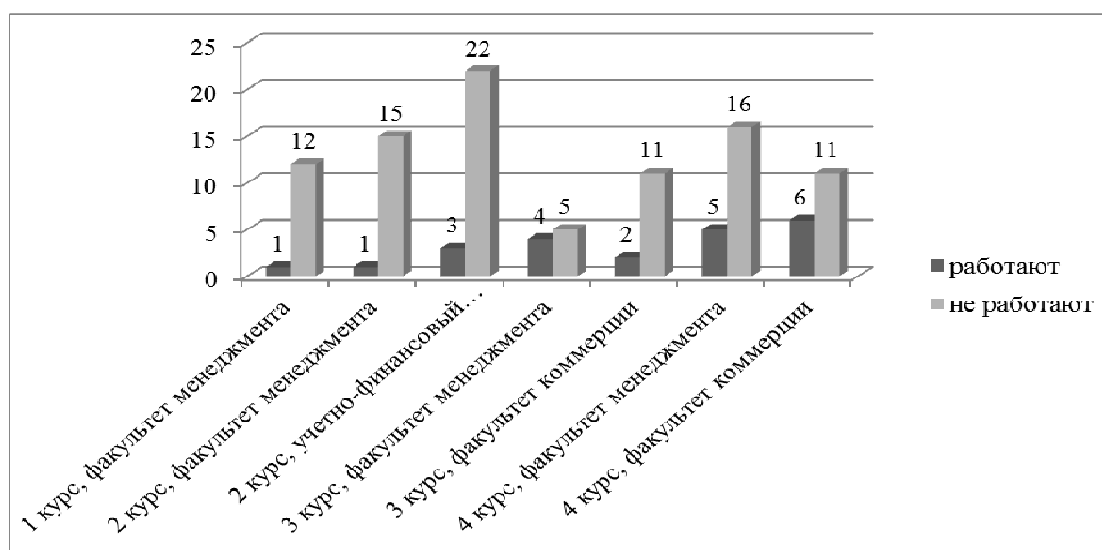


Рис. 1. Общие сведения по трудоустройству студентов

На рис. 2 представлена гендерная характеристика работающих студентов.

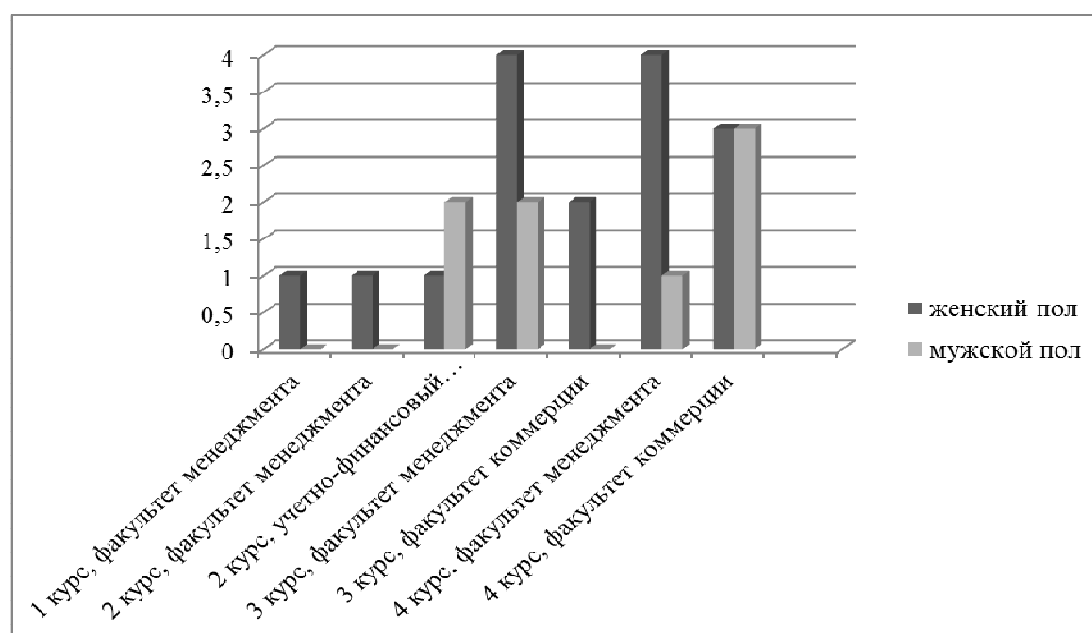


Рис. 2. Гендерная характеристика работающих студентов

Характерно, что среди трудоустроившихся студентов очного отделения практически на всех курсах преобладают девушки, что свидетельствует об их большей социальной активности. И только к выпускному курсу количество работающих девушек и юношей выравнивается, так как наступает время задуматься о жизненных перспективах.

Для решения проблем выбора будущей профессии, правильной ориентированности абитуриентов, а также перспектив трудоустройства и конкурентоспособности выпускников, в институте налажена профориентационная работа, организована эффективная система качества подготовки выпускников, а также налажено активное сотрудничество с ведущими предприятиями отрасли. Практические занятия проходят на базах передовых предприятий торговли. Руководители и специалисты предприятий региона и города работают в качестве преподавателей, руководят практикой и подготовкой выпускных квалификационных работ, принимают участие в научно-практических конференциях. И поскольку в подготовке выпускников важное место занимает организация научно-исследовательской работы, институт ежегодно проводит конференции регионального, всероссийского и международного уровней, публикует научные труды, монографии и учебно-методические пособия. Поэтому подавляющее большинство выпускников нашего вуза трудоустраиваются по полученному направлению подготовки, являются руководителями и сотрудниками ведущих отраслевых предприятий региона.

#### **Список литературы:**

12. Бармина Э.Э. Развитие систем электронной торговли торговых-развлекательных комплексов города Перми. [Электронный ресурс] / Электронный научный журнал «Актуальные вопросы современной науки». - 2013 – № 1, стр. 20-26, - Режим доступа: <http://www.pief.ru/?id=277>
13. Выпускники российских вузов не идут работать по специальности / электронное издание Официальный интернет-портал правовой информации свердловской области - <http://www.oblgazeta.ru/newage/20311/>
14. Лукашина Е.В., Лукашин М.С. Оценка инновационного потенциала региональных розничных сетей [Электронный ресурс] / Электронное научно-практическое периодическое издание «Экономика и социум». - 2015. – Вып. 6. - Режим доступа: <http://www.iupr.ru>.

# РАЗВИТИЕ КОММУНИКАЦИЙ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

**Власова Наталья Александровна**

*старший преподаватель*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В.Плеханова*

## DEVELOPMENT OF COMMUNICATION AND COMMUNICATIVE ABILITIES OF A PERSON

**Vlasova Natalia Alexandrovna**

*senior lecturer*

*Perm Institute(Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

### АННОТАЦИЯ

Целью исследования является анализ развития коммуникаций в современном мире. Проанализирована сложность применения коммуникативных технологий в изменяющейся социальной среде. Осуществлена попытка проследить влияние современных средств коммуникаций на коммуникативные возможности человека.

### ABSTRACT

The aim of the study is to analyze the development of communications in the modern world. It analyzes the complexity of the use of communication technologies in the changing social environment. An attempt to trace the influence of modern means of communication in the communicative abilities of a person.

**Ключевые слова:** коммуникации, технологии, возможности человека.

**Keywords:** communication, technology, human performance.

Текущий период времени очень интересен своей сложностью и многогранностью. Реальность, окружающая нас, многовариантна. Реальность, существующая внутри нас, беспредельна по своей глубине. Информационная эпоха предоставляет множество возможностей и еще более требует от общества взамен. Нас интересует вопрос: как происходит развитие коммуникаций в современном мире и что при этом происходит с коммуникативными возможностями человека?

В современном информационном обществе происходит череда революционных изменений в сфере коммуникаций, на которые влияет совокупность экономических, социальных и культурных факторов.

Информация обретает самоценность, повышается ее статус – ведь она превратилась в один из значимых ресурсов. В свою очередь, это приводит к изменениям в социальной структуре, в функционировании социальных институтов и протекании различных процессов в обществе. «В мире каждый миг – а значит, и в данную минуту – творится все, что угодно. Поползновение ответить на вопрос, что



сейчас происходит в мире, должно восприниматься как самоирония» [7, с. 120].

Важную роль в функционировании всей сложной общественной структуры играет общественная коммуникация. В современном обществе формируется множество ассоциаций между социальными субъектами, образуются относительно устойчивые общественные группы: от клубов по интересам до политических партий. Способы отношений и взаимодействий в таких группах регулируются совокупностью потребностей, интересов, моральных ценностей. Все это проявляется во множестве форм общественной коммуникации.

Организация коммуникативных процессов в текущий период времени превратилась в сферу общественного производства. В ней чрезвычайно развита технологическая составляющая. В коммуникативных практиках имеется институциональная основа, мощная теоретическая база, используется совокупность разработанных способов коммуникативного воздействия на массовую аудиторию.

Общественная коммуникация высокотехнологична, насыщена информацией. Происходит возрастание ценности информации и новых знаний. Одним из значимых явлений современного общества, сказывающихся на развитии общественных отношений, является массовая культурная коммуникация.

Выделим некоторые значимые аспекты коммуникации. Прежде всего, это роль коммуникативных стратегий в предотвращении и решении общественных конфликтов. Следующий аспект касается механизмов формирования позитивных установок восприятия в общественном мнении. Значима этическая сторона общественной коммуникации. Осуществляется констатация изменения речевых моделей поведения. Еще одним аспектом является необходимость осмысления роли средств массовой информации [1, с. 2].

Следует отметить, что общественное мнение отражает не только современную общественную структуру, но является закономерным результатом исторического, культурного опыта данного общества. Формирование общественного мнения в значительной мере ограничивается культурными стереотипами, а в период интенсивных общественных изменений имеет значение направление

вектора этих изменений. Помимо культурных факторов, закрепление и воспроизводство определенных идей в общественном мнении зависит и от методов воздействия коммуникации [1, с. 2].

В мире высоких технологий в общественной коммуникации имеет вес такой ее аспект как профессиональная коммуникация. В профессиональной коммуникации проявляется специфика коммуникационных навыков, востребованных профессиями, в которых есть необходимость и обязанность вступать в коммуникацию: социальная работа, государственная служба, управление, культурно-просветительская и образовательная деятельность и т.д. В этих сферах деятельности речь идет об определенной совокупности коммуникативных рефлекслируемых знаний и контролируемых навыков, необходимых для успешной профессиональной деятельности.

Общественные отношения сопряжены с углублением общения и усилением разветвляющихся взаимосвязей между социальными субъектами. Процессы коммуникации все более усложняются. Такое усложнение средств массовой коммуникации воздействует на производственные отношения, духовную сферу и культуру общества в целом. Происходит культурное взаимодействие и взаимопроникновение. В современном обществе культурное пространство индивида чаще всего формируют именно различные средства массовой информации. Телевидение и Интернет значительно вытеснили из культурных потребностей современных людей посещения музеев, театров, библиотек. Что человек при этом обретает, а что утрачивает?

Приобретает человек множество возможностей. Это множество возможно характеризовать как неограниченное. Однако оно существенно уменьшается из-за индивидуальных ограничений человека. Огромные потоки информации надо еще научиться воспринимать, перерабатывать. А также есть лавина информации, которую надо просто отбрасывать, иначе человек может не справиться с сенсорным перегрузом, возможно погружение в мир иллюзий и неверных, искаженных смыслов. И на это тоже уходят жизненные силы. «Перед тем, как приступить к работе, он более месяца копил энергию, потраченную на иллю-

зии» [2, с. 70].

Средства коммуникации выступают материальным, вещественным компонентом процесса коммуникации. Они представляют собой основной способ передачи, воспроизводства, сохранения и распространения материальных и духовных ценностей в обществе. В последние годы, в связи с научно-техническим прогрессом, необходимы переосмысление значимости коммуникационных средств и выработка осознанного, ответственного отношения к их применению.

Считаем важным отметить следующий аспект. Развитие коммуникаций включает и такие процессы, в которых знания и информация не только сохраняются и передаются, но и могут искажаться, по разным причинам и с разными целями. И здесь опять же необходимы интеллектуальные навыки и наиболее эргономичные способы усвоения и применения знаний и информации, истинность которой еще требует долгих проверок. «Посвятить тринадцать лет бесконечному риторическому эксперименту – это выглядит малоправдоподобно» [2, с. 91], но в реальной жизни все же случается.

Современные теории коммуникации трактуют любое сообщение как процесс производства и трансляции смыслов. Мы обнаруживаем смыслы в пространстве и во времени, и все, что нас окружает, может представляться нам как «Лабиринт символов... Незримый лабиринт времени» [2, с. 90]. И если мы умеем отличать значимую информацию от информации малоэффективной, избыточной или попросту ненужной, то можем считать, что нам «удалось понять и содержание: заметки по комбинаторному анализу, иллюстрированные примерами вариантов с неограниченным повторением» [2, с. 82].

В условиях свободы слова и права каждого человека на получение и распространения информации эффект от использования массовых коммуникаций может быть неоднозначным. «И так как невозможно познать всю полноту действительности, человеку остается один путь - сконструировать реальность произвольно, создавая по-своему определенный и предположительный порядок вещей» [7, с. 120]. Так мы можем получить некую систему идей, которую, как сетку координат мы набрасываем на действительность. И только тогда мы по-

лучаем о действительности приблизительное, а возможно, и достоверное представление.

В современном обществе коммуникация может рассматриваться как специфическая форма материального и духовного взаимодействия людей. При этом признаваемые культурные ценности играют роль информационных сигналов, закодированных в обществе в определенной символической, знаковой и образной форме. В процессе и результате взаимодействия культурные ценности должны способствовать передаче и закреплению жизненного опыта через поколения.

### **Список литературы:**

1. Богомолова М.Н. Роль коммуникации в современном гражданском обществе // Гуманитарные научные исследования. 2012. № 9 [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2012/09/1654>.
2. Борхес Х.Л. Проза разных лет: Сборник. – М.: Радуга, 1989. – 320 с.
3. Информационная эпоха: вызовы человеку. – М.: РОССПЭН, 2010. – 335 с.
4. Купцов В.И. Образование, наука, мировоззрение и глобальные вызовы XXI века // В.И. Купцов. – СПб.: Алетейя, 2009. – 428 с.
5. Поросенков С.В., Власова Н.А. Качественные изменения человека в информационном обществе и развитие образования. – Пермь, Изд-во «ОТ и ДО», 2012. – 216 с.
6. Смирнов К.Н. Фауст против Мефистофеля? Диалоги и размышления о нравственных проблемах научно-технического прогресса. – М.: Политиздат, 1987. – 287 с.
7. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс: Сб.: Пер. с исп. / Х. Ортега-и-Гассет. – М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2003. – 263 с.

## **СОВРЕМЕННЫЕ УСЛОВИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И РАБОТОДАТЕЛЕЙ В ПЕРМСКОМ КРАЕ**

**Волков Владислав Иванович**  
*старший преподаватель*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

## **MODERN CONDITIONS OF INTERACTION EDUCATIONAL ORGANIZATIONS AND EMPLOYERS IN THE PERM REGION**

**Volkov Vladislav Ivanovich**  
*senior lecturer*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

### **АННОТАЦИЯ**

В статье проводится анализ системы профессионального образования в Пермском крае. Отмечено, что главной проблемой подготовки профессиональ-

ных кадров является несоответствие структуры выпускников образовательных организаций запросам рынка труда и как следствие низкий уровень трудоустройства молодых специалистов. Рассмотрены условия взаимодействия субъектов в сфере профессионального образования региона.

### ABSTRACTS

The article analyzes the system of vocational education in the Perm region. It is noted that the main problem of professional education is the mismatch patterns of graduates of educational organization to the needs of the labor market and as a consequence a low level of employment of young specialists. The conditions of interaction of subjects in the sphere of professional education in the region.

**Ключевые слова:** образование; проблемы; факторы; работодатели; взаимодействие.

**Key words:** education; issues; factors; employers; interaction.

Главной проблемой подготовки профессиональных кадров в современных условиях выступает несоответствие структуры выпускников образовательных организаций реальным запросам работодателей. Вследствие этого трудоустройство молодых специалистов в Пермском крае является достаточно актуальным и сложным вопросом. В качестве решения проблемы выступает совместная деятельность образовательных организаций и работодателей региона в сфере подготовки профессиональных кадров [1, с. 152].

По результатам исследований, проведенным Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП) в 2010 – 2013 гг. были выявлены факторы наибольшего влияния на процесс взаимодействия партнеров в области профессионального образования [10]:

- законодательная база;
- потребность в сотрудничестве;
- социально-экономическая ситуация;
- научно-технический и финансовый потенциал партнеров;
- государственное стимулирование взаимодействия.

В основе механизма взаимодействия образовательных организаций и хозяйствующих субъектов лежит законодательная база, включающая в себя законы, законодательные акты, целевые программы и другую нормативно-правовую документацию [9, с. 233]. Деятельность субъектов в сфере подготов-

ки профессиональных кадров регламентируется Конституцией РФ, Гражданским кодексом РФ, Федеральным законом РФ «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ от 29.12.2012 г. [2; 12].

Закон «Об образовании» регламентирует разработку федеральных государственных образовательных стандартов (ФГОС), которые обеспечивают единство образовательного пространства страны и преемственность основных образовательных программ. Порядок разработки и утверждения ФГОС устанавливается Правительством Российской Федерации [12].

Анализ законодательной базы относительно трудоустройства студентов и выпускников образовательных организаций показал, что основная финансовая нагрузка по решению данной проблемы по-прежнему лежит на федеральном бюджете нашей страны и бюджетах регионов. Предприятия и организации, выступающие в роли работодателей, слабо вовлечены в сферу профессиональной подготовки и трудоустройства выпускников в силу отсутствия экономических предпосылок такого участия. Насильственные методы по навязыванию работодателям кадровой политики со стороны государства являются бесперспективными и не приводят к должному эффекту. Решить обозначенную проблему можно только на основе добровольного участия работодателей в процессе подготовки профессиональных кадров [3; 7].

Закон «Об образовании» устанавливает правовые основы взаимоотношений образовательных организаций и хозяйствующих субъектов. В нем предусмотрена ответственность работодателей за повышение уровня профессиональной квалификации сотрудников предприятия. При этом в Законе ничего не сказано о правах работодателей и их профессиональных объединений, что имеет принципиальное значение для развития рынка образования и рынка труда [6].

Надо отметить, что в настоящее время в Правительстве Российской Федерации активно разрабатываются механизмы взаимодействия образовательных организаций и работодателей. Целью такой работы является повышение уровня конкурентоспособности молодых специалистов на рынке труда [4; 8].

На рисунке 1 представлена структура спроса и предложения рабочей си-

лы на рынке труда Пермского края за 2013 г. по группам общероссийского классификатора занятий (ОКЗ) [5].

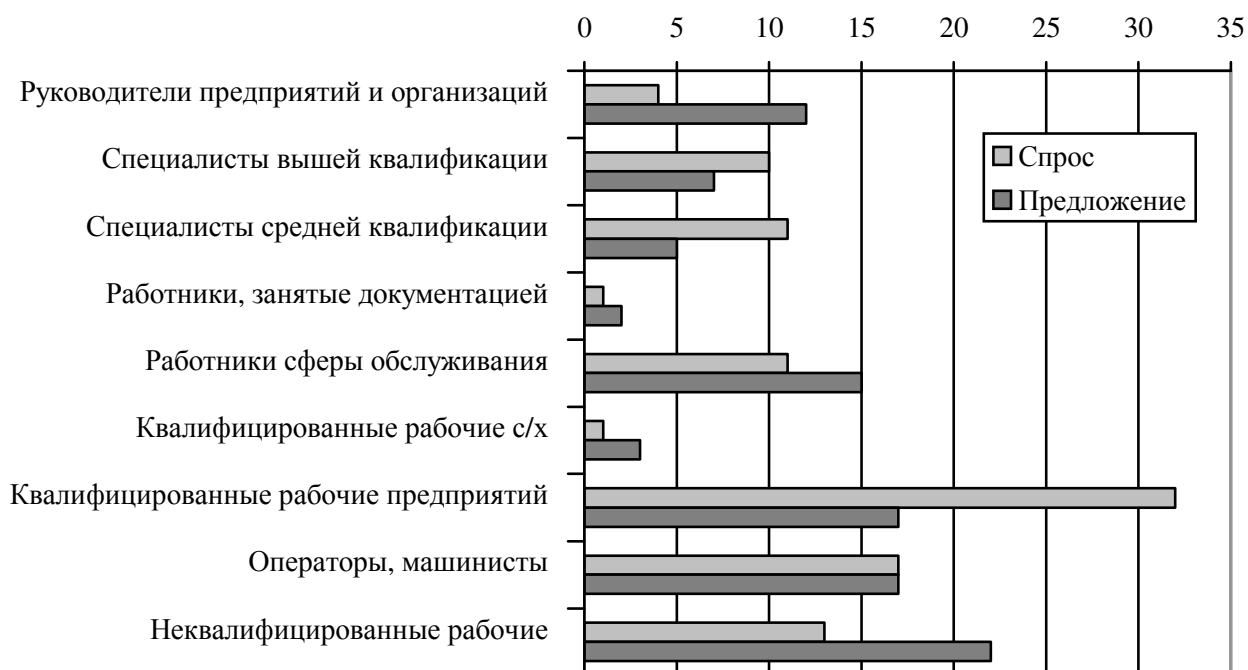


Рис. 1. Структура спроса и предложения рабочей силы в Пермском крае, по группам общероссийского классификатора занятий, 2013 г., %

На представленной диаграмме видно, что спрос Пермских предприятий остается неудовлетворенным по трем позициям. Это специалисты высшего и среднего профессионального уровня, а также квалифицированные рабочие. Причем спрос на квалифицированных рабочих удовлетворен только наполовину, а по специалистам среднего квалификационного уровня даже меньше чем на 50%. Надо отметить серьезное превышение предложения рабочей силы над спросом на нее со стороны работодателей по следующим позициям: работники сферы обслуживания, ЖКХ и торговли; неквалифицированные рабочие; квалифицированные рабочие сельского хозяйства; руководители предприятий и организаций.

Проблемы, которые испытывают предприятия относительно дефицита квалифицированных профессиональных кадров, подталкивают работодателей к организации процесса взаимодействия с образовательными организациями.

Немаловажным фактором, оказывающим влияние на процесс взаимодействия субъектов, выступает государственное стимулирование. Наиболее дейст-

венным рычагом управления в рыночных условиях являются налоговые льготы. Но как показывает практика последних лет для предприятий и организаций, активно участвующих в процессе подготовки профессиональных кадров, налоговых льгот в российском законодательстве не предусмотрено. Это отрицательно сказывается на стремлении руководителей предприятий к добровольному взаимодействию с образовательными организациями.

Если бы предприятия и организации, выступающие базами практики для студентов образовательных учреждений, активно участвующие в учебном процессе и способствующие развитию научно-технической оснащенности учебных заведений имели бы возможность хотя бы частично покрыть свои расходы за счет налоговых льгот, то они гораздо чаще изъявляли бы желание принимать участие в подготовке будущих специалистов и их дальнейшем трудоустройстве.

По заявлениям представителей администрации Пермского края, а также представителей объединений работодателей региона научно-технический и финансовый потенциал предприятий края находится на достаточно высоком уровне [8]. Можно с уверенностью сказать, что любое из крупных предприятий региона может стать надежным партнером в области подготовки профессиональных кадров.

Научный потенциал образовательных организаций Пермского края тоже занимает высокую позицию, о чем свидетельствует уровень их профессорско-преподавательского состава. Однако техническая оснащенность учебных заведений, как правило, выглядит не такой эффективной. Это связано с большим коэффициентом старения материально-технической базы организаций. В некоторых случаях он достигает 50%. Становится понятным, что образовательным организациям сегодня не обойтись без финансовой поддержки со стороны государства и предприятий региона.

Социально-экономическое развитие регионов выступает в роли одного из наиболее важных факторов взаимодействия хозяйствующих субъектов и образовательных организаций. Решение любой из поставленных задач не представляется возможным без объективной оценки уровня экономического развития региона.



На рисунке 2 представлена диаграмма отражающая динамику численности студентов учебных заведений обучающихся по программам профессионального образования в Пермском крае [11].

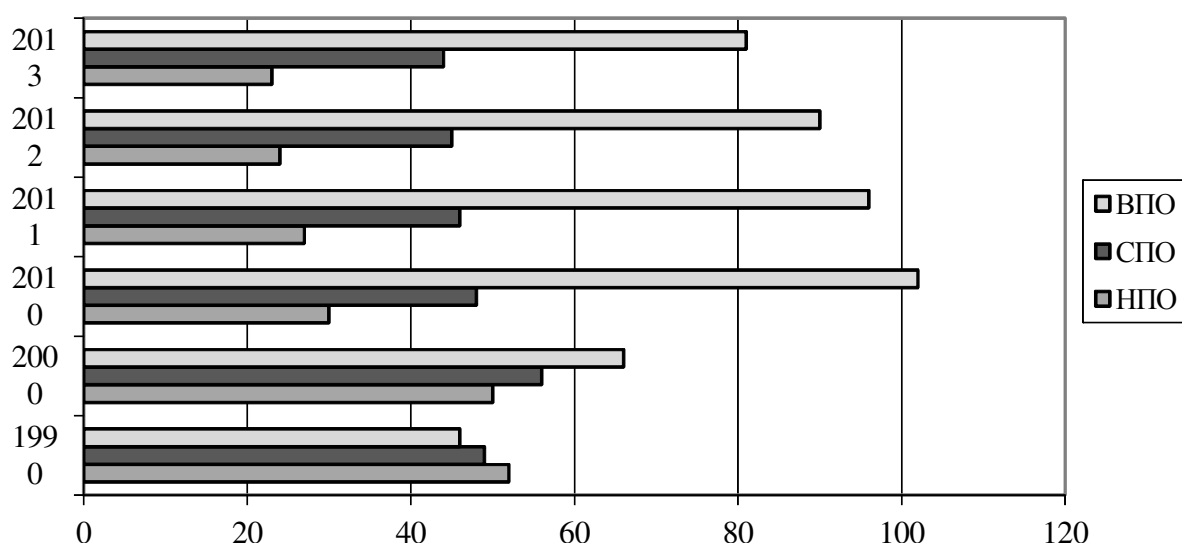


Рис. 2. Численность студентов учебных заведений профессионального образования в Пермском крае, тыс. чел.

Надо отметить, что общее количество студентов всех трех уровней профессионального образования в Пермском крае в 2013 году вернулось на уровень 1990 года. При этом количество студентов ВПО за указанный период выросло почти на 76%, а количество студентов НПО наоборот снизилось более чем на 55%. Количество студентов СПО, начиная с 1990 года по 2005 год, постоянно росло, но уже к 2010 году вернулось на первоначальные позиции, а в 2013 году опустилось на 10% ниже уровня 1990 года.

Снижение количества студентов обучающихся по программам НПО и СПО связано с падением престижности специальностей такого профессионального уровня. При этом они остаются стабильно востребованными на рынке труда.

Количество студентов, обучающихся по специальностям ВПО в Пермском крае, в период с 2009 года по 2013 год снизилось в результате политики государства, проводимой в отношении сокращения количества неэффективных вузов. Несмотря на это, высшее профессиональное образование по-прежнему остается достаточно востребованным у населения нашего региона.

Ситуация сложившаяся в сфере профессионального образования во многом зависит от динамики уровня рождаемости населения. На рисунке 3 представлены

данные статистики по уровню рождаемости населения в Пермском крае [11].

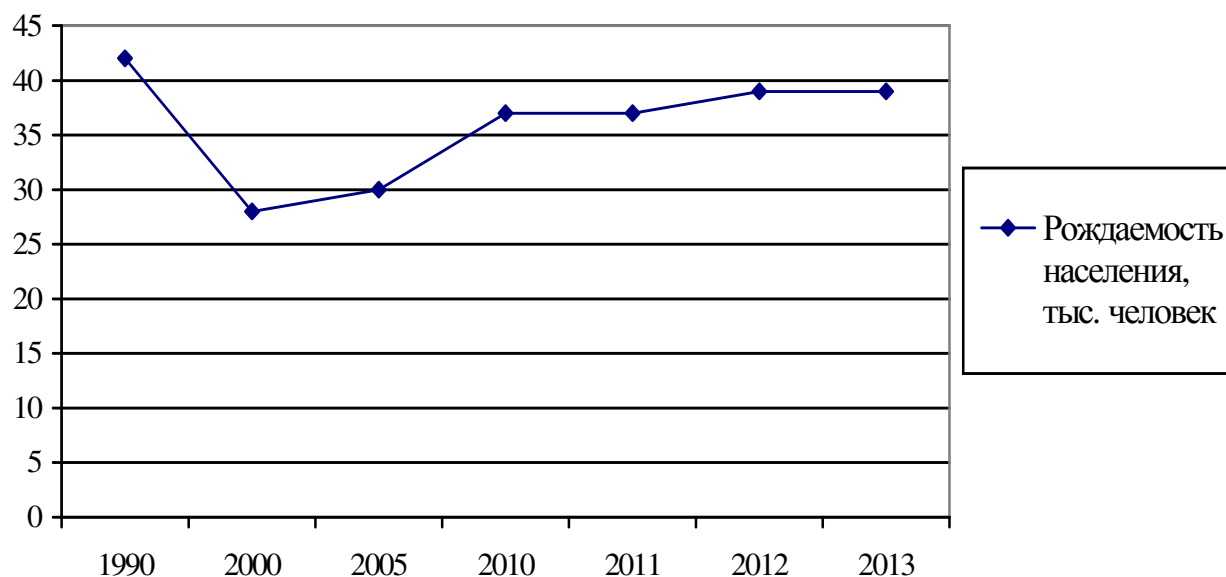


Рис. 3. Уровень рождаемости населения в Пермском крае, тыс. чел.

Наибольший показатель рождаемости населения в Пермском крае за исследуемый период был отмечен в 1990 году (42 тысячи человек), а наименьший в 2000 году (28 тысяч человек), что на 34% ниже уровня 1990 года. После этого уровень рождаемости в крае начал постепенно расти и к 2013 году составил 39 тысяч новорожденных.

Снижение уровня рождаемости было вызвано серьезными проблемами в экономике страны, которые напрямую отразились на уровне доходов россиян и на институте семьи. Кроме того, можно предположить, что на уровне рождаемости существенно отразились последствия военных действий на Кавказе. Потери мужского населения среди военнослужащих проявились в виде потерь еще не рожденных детей.

Тем не менее, политика государства, направленная на поддержку молодых и многодетных семей, а также семей, в которых более одного ребенка, вселяет надежду на то, что рост рождаемости в Пермском крае продолжится. Это значит, что начиная с 2018 – 2020 годов начнет увеличиваться количество выпускников общеобразовательных учреждений, которое приведет к росту контингента студентов профессиональных учебных заведений.

На рисунке 4 представлена динамика индексов роста среднедушевых денежных доходов населения и потребительских цен в Пермском крае [11].

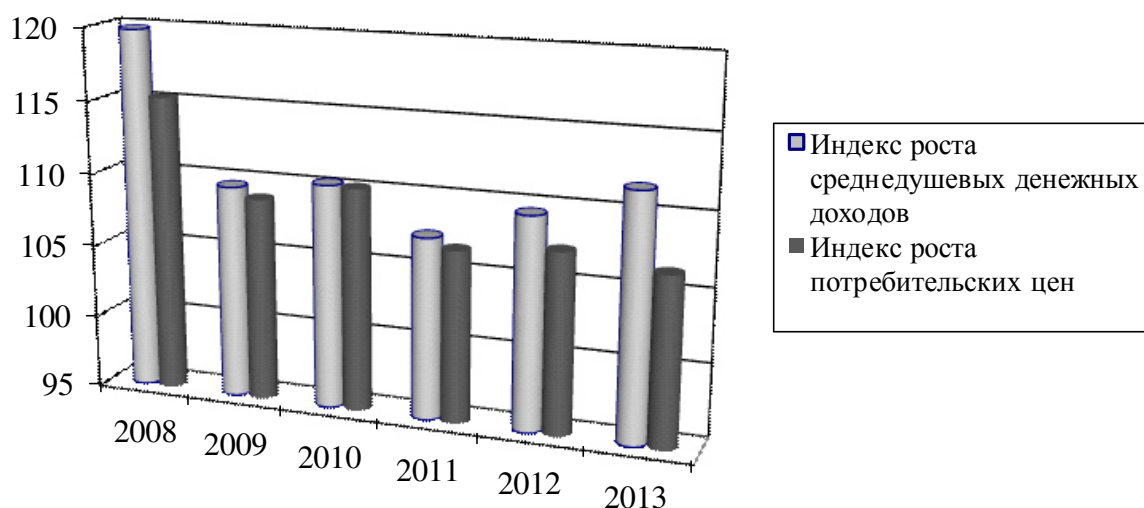


Рис. 4. Индексы роста среднедушевых денежных доходов населения и потребительских цен в Пермском крае

Анализ статистических данных показал, что доходы жителей Пермского края в целом регулярно растут и даже незначительно опережают рост потребительских цен. Такая ситуация положительно отражается на покупательной способности населения и на уровне экономического развития региона.

Практика показывает, что в ожидании роста собственного благосостояния и занятия соответствующего социального положения в обществе население Пермского края готово платить за свое обучение. Кроме того, более высокий профессиональный уровень открывает больше возможностей для трудоустройства.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что государство все дальше отодвигается от участия в процессе подготовки профессиональных кадров, но оно по-прежнему серьезно контролирует эту деятельность с помощью соответствующих законодательных актов.

Несмотря на отсутствие законодательно закрепленных прав, потребность в сотрудничестве испытывают не только образовательные организации, заинтересованные в подготовке выпускников обладающих необходимыми профессиональными навыками, но и работодатели, ощущающие дефицит квалифицированных кадров.

Крупные предприятия Пермского края обладают научно-техническим и финансовым потенциалом необходимым для участия в процессе подготовки профессиональных кадров. Научный потенциал образовательных организаций

края также находится на высоком профессиональном уровне.

Налоговые льготы могли бы способствовать развитию взаимоотношений образовательных организаций и хозяйствующих субъектов региона, но данный фактор государственного стимулирования взаимодействия партнеров в Пермском крае не используется.

Уровень демографии в регионе имеет тенденцию к повышению и в ближайшие 5 лет численность студентов профессиональных образовательных организаций начнет увеличиваться. Рост доходов населения края опережает рост потребительских цен. Значит, у населения нет предпосылок для экономии средств на собственном образовании.

#### **Список литературы:**

1. Анимца Е.Г. Регион в социально-экономическом пространстве России: анализ, динамика, механизм управления: монография. Пермь. Пермский государственный университет. 2008. 378 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (Электронный ресурс). URL: <http://base.garant.ru/10164072/>
3. Доклад Всемирного банка и НИУ ВШЭ «Дефицит навыков в России: вызовы для системы образования в условиях перехода к инновационной экономике». (Электронный ресурс). <http://www.hse.ru/>
4. Министерство образования и науки Пермского края (Электронный ресурс). URL: <http://minobr.permkrai.ru/>
5. Общероссийский классификатор занятий ОК 010-2014 (МСКЗ-08) (Электронный ресурс). <http://base.consultant.ru/>
6. Пермская торгово-промышленная палата (Электронный ресурс). URL: <http://permtpp.ru/>
7. Пермский городской Центр занятости населения (Электронный ресурс). URL: <http://cznperm.ru/>
8. Портал Правительства Пермского края (Электронный ресурс). URL: <http://www.permkrai.ru/>
9. Пыткин А.Н. Механизм регионального стратегирования. – Екатеринбург: Институт экономики Уральского отделения РАН. 2007. 291 с.
10. Российский союз промышленников и предпринимателей. (Электронный ресурс). URL: <http://рспп.рф/>
11. Федеральная служба государственной статистики (Электронный ресурс). URL: <http://www.gks.ru/>
12. Федеральный закон РФ «Об образовании в Российской Федерации» N 273-ФЗ от 29 декабря 2012 года. (Электронный ресурс). URL: <http://base.garant.ru/70291362/>

# **ФОРМИРОВАНИЕ МОТИВАЦИОННО-ЦЕННОСТНОГО ОТНОШЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Домолазов Юрий Павлович**

*старший преподаватель*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

## **FORMATION OF MOTIVATIONAL AND VALUE STUDENTS' ATTITUDES TOWARD SPORTS ACTIVITY**

**Domolazov Yuriy Pavlovich**

*senior lecturer*

*Perm Institute(Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

### **АННОТАЦИЯ**

Цель статьи – предложить эффективные условия для формирования у студентов мотивационно-ценностного отношения к занятиям физической культурой. Даны рекомендации по использованию подвижных игр и других активных методов, которые позволяют повысить познавательную и двигательную активность, эмоциональный фон у студентов. Состояние эмоционального подъема, ведет к лучшему овладению двигательными умениями и навыками, а игровая деятельность повышает интерес к занятиям физической культурой.

### **ABSTRACT**

Purpose of the article - offer effective conditions for the formation of students' motivational and value attitude to physical culture. Recommendations on the use of mobile games and other active methods that can improve cognitive and motor activity, emotional background of the students. Emotional states leads to a better mastery of motor skills and game activity increases the interest in physical training.

**Ключевые слова:** мотивация, двигательная активность, подвижные игры, эмоциональный фон.

**Key words:** motivation, physical activity, outdoor games, emotional background.

Известно, что здоровье человека является важнейшей социальной ценностью, главным фактором благополучия и успешности как в активной социальной, семейной, личной жизни, так и в профессиональной деятельности. Для того чтобы молодое поколение имело возможность себя в полной мере реализовать в современных условиях жизни, необходимо более ответственно относиться к своему физическому, психическому и социальному здоровью.

Анализ литературы по проблемам здоровья студенческой молодёжи, доказывает, что за последние годы она стала более актуальной.

Неудовлетворительное состояние здоровья молодого поколения, обязывает образовательные учреждения создавать благоприятные условия для форми-

рования мотиваций к здоровому образу жизни, серьезному отношению к собственному здоровью. Одним из основных критериев здоровья является физическая подготовленность студентов, уровень которой оставляет желать лучшего. Процесс физического воспитания студентов в Вузе должен быть направлен на формирование эмоционально-ценностного отношения к физкультурно-спортивной деятельности, а не только на выполнение чётко определенных стандартом учебной программы зачётных нормативов. В связи с этим необходима реализация новой стратегии физического воспитания, и прежде всего внедрение в практику учебного процесса новых активных методов и форм с целью формирования у студентов интереса к занятиям.

Современная система обучения в Вузе характеризуется высокой интенсивностью образовательного процесса, информационной насыщенностью. Учебная деятельность студентов связана с переработкой большого объёма информации, которая требует длительных и максимальных интеллектуальных усилий и нервных напряжений. Они много времени проводят в аудиториях на учебных занятиях, в библиотеках, за компьютерами, готовятся к учебным занятиям дома, что приводит к малоподвижному образу их жизнедеятельности. Все это не может положительно влиять на состояние функциональных систем организма (сердечно-сосудистой, дыхательной, нервно-мышечной). Обобщая литературные данные можно констатировать, что ситуация еще усугубляется и тем, что у большинства студентов с ослабленным здоровьем отсутствует интерес к физической культуре и спорту. Зачастую, такие студенты не в состоянии качественно выполнять даже простые по координации физические упражнения, избегают занятий физической культурой. В связи с этим, по-прежнему остается важной задача повышения их двигательной активности на основе воспитания мотивации потребностей, интереса к физкультурно-оздоровительной деятельности.

Потребность в физической культуре – главная побудительная сила поведения личности. Это потребность в движениях, в общении с друзьями, в играх, развлечениях, в самореализации, самоутверждении, проявляющиеся в актуаль-

ной потребности занять определённую позицию в группе, команде, коллективе, в эстетическом наслаждении, в улучшении качества физкультурно-спортивных занятий и др.

Потребности тесно связаны с эмоциями: ощущениями приятного и неприятного, удовольствия и неудовольствия. Удовлетворение потребностей вызывает положительные эмоции, неудовлетворение – отрицательные. Поэтому человек обычно выбирает тот вид деятельности, который в большей степени позволяет удовлетворить потребность и получить положительные эмоции. Когда студент испытывает состояние удовлетворённости, происходит и формирование положительного отношения к физкультурно-спортивной деятельности. Основными причинами неудовлетворённости занятиями физической культурой многие учёные считают недостаток эмоциональности, увлекательности и интереса при выполнении упражнений, а также недостаточную или чрезмерно-сложную физическую нагрузку, плохую и слабую организацию учебно-тренировочного занятия.

Исследования, проведенные в ряде вузов России, анализ теоретических аспектов физической культуры позволили определить основные пути формирования потребностей, целей, мотивов современного студенчества в выборе ими физкультурной деятельности. Суть их заключается в том, что физическая культура рассматривается как один из важных видов общей культуры молодежи, а ее основные компоненты – неспециальное физкультурное образование, спортивная, рекреационная и реабилитационная деятельность – удовлетворяют потребности в физкультурной деятельности практически каждого студента.

Наибольшей популярностью у студенческой молодежи пользуется физическая рекреация. Как вид физической культуры она вошла в жизнь студентов в таких понятиях, как «массовая, оздоровительная физическая культура», «массовый спорт», «активный отдых» и др. Она представляет собой процесс использования физических упражнений, подвижных игр, видов спорта в упрощенных формах, естественных сил природы с целью активного отдыха, развлечения, переключения на другие виды деятельности, отвлечения от утомления, получе-

ния удовольствия, наслаждения от физкультурной деятельности.

Таким образом, физическая рекреация удовлетворяет потребности, интересы, мотивы студенческой молодежи в эмоциональном активном отдыхе, рациональном использовании свободного времени. Она удовлетворяет потребности молодежи в относительно свободной форме двигательной активности, соответствующей их субъективным возможностям, содействуя при этом нормальному функционированию организма путем создания оптимального физического состояния. Обучение в высшем учебном заведении связано с высокой умственной напряженностью.

Установлено, что динамика умственной работоспособности, сохранение высокой умственной активности у студентов в процессе обучения в Вузе зависят от объема физических нагрузок. Следовательно, наблюдается тесная связь между физической и умственной работоспособностью.

При систематических занятиях физическими упражнениями повышается уровень физической работоспособности, улучшается функциональное состояние центральной нервной системы, что благоприятно отражается на умственной работоспособности студентов.

Наилучший стимулирующий эффект для умственной деятельности оказывают разнообразные физкультурные занятия, а не монотонные. Известно, что в состоянии эмоционального подъема занимающиеся лучше и быстрее овладевают двигательными умениями и навыками. Эмоциональное возбуждение снимает утомление и повышает работоспособность. Поэтому для повышения эмоционального состояния, активизации студентов и повышения качества обучения на занятиях по физической культуре необходимо включать разнообразные игровые способы проведения со студентами комплексов общеразвивающих упражнений, подвижные игры и другие формы соревновательной борьбы на лучшее выполнение каких-либо физических упражнений, как в личном, так и в командном первенстве. Определить победителя в играх можно по трем критериям: по времени или скорости выполнения; по сумме этих двух показателей. Например: победителя в командном первенстве из двух команд можно определить



во-первых - по наименьшему промежутку времени выполнения игрового задания; во-вторых - по количеству заброшенных мячей в кольцо без учёта времени; в-третьих - по времени и по количеству в общей сумме ( выигрыш по одному критерию - 1 балл, по двум - 2 балла, проигрыш – 0 ). Также можно определить победителя из двух команд проводя соревнования на технику выполнения какого-либо упражнения, на координацию движений без учёта времени и количества. Например: первые игроки из двух команд, стоящих в колоннах по сигналу начинают выполнять двигательное действие и кто из них это лучше получается зарабатывает для своей команды 1 балл, кто хуже – 0. Затем в борьбу вступают вторые игроки под номером 2 и т. д. В итоге команда-победитель определяется по наибольшей сумме баллов. Не всегда преподаватели физической культуры используют подвижные игры на занятиях со студентами, забывая об их большом педагогическом значении – воспитательном, образовательном, и оздоровительном. Преподавателям необходимо знать и использовать всевозможные способы заинтересованности студентов на занятиях по физической культуре, чаще использовать учебно-методические материалы для проведения подвижных игр, а также широкий спектр контрольных нормативов, тестов для оценки их уровня физической и технической подготовленности. Пренебрегая этим, занятия по физической культуре со студентами могут стать менее разнообразными и интересными.

Образовательное значение подвижных игр заключается в том, что они используются во всех разделах программы по физической культуре: легкой атлетике, спортивных играх, гимнастике, лыжной подготовке и других, где у студентов формируется широкий диапазон двигательных умений и навыков. Изученные двигательные умения совершенствуются в нестандартных условиях игры. В подвижных играх участникам приходится исполнять различные роли (водящего, судьи, помощника судьи, организатора игры и т.д.), что развивает у них организаторские навыки.

Подвижные игры способствуют воспитанию физических, морально-волевых, нравственных качеств. Увлекательная игровая деятельность вызывает

у студентов положительные эмоции и побуждает их активно и многократно выполнять те или иные двигательные действия, проявляя необходимые волевые и физические качества для достижения определенной цели, победного результата в игре. Соблюдение правил игры дисциплинирует студентов. Большое влияние на поведение каждого участника игры оказывает мнение товарищей, которые могут выразить одобрение или неодобрение действиями того или другого игрока, так студенты адаптируются в коллективе, где необходимо проявлять честность при соблюдении правил игры, дисциплинированность, взаимопомощь и взаимоуважение.

Большое значение для качественного проведения подвижной игры преподаватель, как организатор и судья должен детально изучить её содержание и правила, а затем кратко в доступной форме объяснить студентам. Выбор игры определяется соответственно целям и задачам учебного занятия и содержанию рабочей программы. Так при изучении спортивных игр (баскетбол, волейбол, футбол) целесообразнее проводить игры с мячами, для развития и воспитания таких физических качеств, как ловкость, координация движений и совершенствования техники выполнения специальных упражнений с мячами. При изучении гимнастических упражнений – игры на воспитание и развитие силы, равновесия, координации движений, гибкости. При изучении видов лёгкой атлетики – игры и эстафеты на развитие быстроты, выносливости, скоростно-силовых качеств. Также необходимо чётко выбрать и подготовить место для проведения игры, чтобы обеспечить безопасность и комфортные условия для игроков. Содержание и продолжительность игры должно соответствовать возрастным особенностям студентов и их подготовленности. Преподаватель должен контролировать ход игры, вести счёт, поддерживать положительный эмоциональный фон. Заканчивать игру нужно своевременно, не затягивая, на фоне положительных эмоций. Объективность судейства зависит в первую очередь от распределения игроков на команды, равные по количеству и уровню физической подготовленности игроков. При подведении итогов игры следует отметить лучших участников, а также указать на допущенные ошибки. Любую подвижную игру

можно провести в нескольких вариантах: с изменением содержания, правил игры и др. Поэтому для развития познавательной активности и мышления студентов необходимо преподавателю давать им задания на дом по решению этого вопроса.

Для оптимизации процесса обучения студентов необходимо создание не только благоприятных учебно-материальных условий – наличие хорошо оборудованных физкультурного зала и спортивной площадки, тренажеры, различный спортивный инвентарь. Особое внимание следует уделять созданию на занятиях благоприятных морально-психологических условий. Целью деятельности преподавателей физической культуры должно стать создание условий для формирования у студентов навыков самосовершенствования на фоне воспитания мотивации, интереса к физической культуре и состоянию собственного здоровья. Одной из приоритетных задач повышения интереса к воспитанию телесной культуры является включение студента в пространство физической культуры не только в качестве пользователя, но и как субъекта способного творить в этой сфере деятельности. Большое значение для этого имеет профессиональное мастерство учителя, его нравственные качества, неуклонное следование этическим нормам спортивного педагога. Опрос студентов показывает, что они приветствуют и любят справедливых, тактичных, честных, вежливых, добрых и участливых, всегда готовых прийти на помощь преподавателей. Именно эти личные качества педагогов обеспечивают благоприятную рабочую атмосферу на занятиях.

Вместе с этим, хорошо поставленная внеучебная спортивно-массовая работа, проведение соревнований по подвижным играм позволяет преподавателям физической культуры эффективно решать стоящие перед ними педагогические задачи. Из многолетнего педагогического опыта работы можно сделать выводы о том, что использование подвижных игр и других активных методов и форм в образовательном процессе со студентами позволяет повысить познавательную активность и эмоциональный фон на занятиях физической культурой. Кроме этого создаются благоприятные морально-психологические и комфорт-

ные условия для повышения качества обучения, более быстрого и эффективно-го усвоения двигательных умений и навыков при изучении различных разделов учебной программы, формирования мотивационно-ценностного отношения к занятиям физической культурой.

## **РОЛЬ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ФОРМИРОВАНИИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ**

**Ковалева Инна Анатольевна**

*старший преподаватель*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

## **THE ROLE OF PHYSICAL CULTURE IN DEVELOPING HEALTHY LIFESTYLES**

**Kovaleva Inna Anatolievna**

*senior lecturer*

*Perm Institute(Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

### **АННОТАЦИЯ**

Цель статьи – обратить внимание на необходимость сохранения здоровья молодежи. Главный фактор здорового образа жизни – физическая активность, рассматривается в статье не только как одно из важнейших средств профилактики заболеваний, но и как средство воспитания нового поколения, которым предстоит жить в современном и информационном обществе.

### **ABSTRACT**

Purpose of the article - to draw attention to the need to preserve the health of young people. The main factor of a healthy lifestyle - physical activity is considered to be not only as one of the vazhneyshih prevention of diseases, but also as a means of educating the new generation who will live in a modern information society.

**Ключевые слова:** здоровый образ жизни, физическая культура, спорт.

**Key words:** healthy lifestyle, physical culture and sports.

В здоровом теле здоровый дух! Абсолютно правдиво гласит народная мудрость. Так ли часто мы в своей жизни задумываемся о своём здоровье? Насколько серьезно подходим к этому вопросу? Физическое здоровье человека - это капитал в современном мире. По статистике, средняя продолжительность жизни в России у мужчин 64 года, у женщин 75. В современном мире человек все больше отдаляется от здорового образа жизни. Мы живем в современном мегаполисе и тем самым рискуем своим здоровьем. В мегаполисах мы живем среди заводов, среди миллионов машин. Все это загрязняет воздух, которым мы дышим. Здоровье - это главное условие полноценной жизни.

Именно здоровье человека помогает реализовать все свои мечты, добиваться всех своих поставленных целей. Почти каждого человека интересует вопрос: как сохранить здоровье? Здоровье самое главное в жизни и поэтому о нем нужно заботиться. Для полноценной жизни человек должен иметь и духовное и физическое здоровье. Для сохранения здоровья нужно вести здоровый образ жизни. необходимо заниматься спортом.

Роль физической культуры в жизни населения России за последние годы значительно усиливается, меняется ее социальный статус. Государство относится к физической культуре как к общегражданской деятельности, которая гарантирует право граждан на равный доступ к занятиям физическими упражнениями и спортом.

Физкультура рассматривается как одно из важных средств профилактики заболеваний, и укрепления здоровья. В настоящее время в нашей стране приняты ряд государственных программ, которые предусматривают целый комплекс социальных, медико-профилактических, организационных и экономических мер, направленных на формирование здорового поколения. Придается особое значение вопросу физического совершенства молодежи. Растет число стадионов, спортивных площадок и различных секций. Ежегодно проводятся соревнования на разных уровнях, где наши спортсмены по многим видам спорта занимают ведущие места. Олимпиада в Сочи - яркий тому показатель.

Физическая культура в наше время приобрела большую социальную значимость, которую в истории общества она еще никогда не имела. Физическая культура является эффективным средством физического развития и профилактики ряда заболеваний, а также сферой общения и проведения досуга. Необходимо отметить, что область физической культуры влияет также на авторитет и положение человека в обществе, на его трудовую деятельность. Физическая культура представляет каждому человеку большие возможности для своего развития, утверждения и выражения собственного «я».

Главный фактор здорового образа жизни - это физическая активность. Движение – это жизнь! Гласит народная поговорка. И это правда. Всем извест-

но, что именно занятия спортом укрепляют организм и продлевают человеческую жизнь. Независимо от того, сколько тебе лет, необходимо регулярно уделять время для занятий спортом. Но при этом, важно учитывать, что нагрузка должна быть рассчитана индивидуально, с учётом возраста и особенностей организма. Самое главное, чтобы спорт был не в тягость, а приносил удовлетворение и удовольствие. Спорт можно рассматривать как один из вариантов проведения досуга. Занятия любительским спортом - это прекрасная возможность повысить самооценку и укрепить здоровье. У молодого поколения значительно расширяется круг общения, вырабатываются многие положительные качества, закаляется характер.

«Если хочешь быть красивым - бегай, если хочешь быть здоровым - бегай, если хочешь быть сильным - бегай» - так говорили древние греки. Ведь именно движение помогает человеку быть здоровым – развивает мышцы, укрепляет опорно-двигательный аппарат, сердце, нервы, сосуды. Ведь секрет спорта прост: вовремя физических нагрузок выделяются «гормоны счастья» - эндорфины. Благодаря занятиям спорта человек выплескивает негативные эмоции, получает красивую фигуру и регулярный прилив хорошего настроения.

Физическая активность нужна всем, в первую очередь, детям – чтобы правильно развиваться и расти, молодежи – чтобы надолго сохранить молодость, а людям старшего поколения – чтобы жить полноценной жизнью вне зависимости от возраста.

Согласно статистическим данным, от 30-50% россиян испытывают гиподинамию (недостаток двигательной активности). Гиподинамия по праву носит звание «болезни века». Гиподинамия очень опасна и приводит к различным заболеваниям, как ожирение, ишемическая болезнь сердца, инсульт.

Несмотря на многообразие спортивных мероприятий и всеобщую пропаганду здорового образа жизни, не каждый из нас подходит к занятию спортом систематизировано. Самым важным является, прежде всего, соблюдение систематических занятий спортом, которая повышает физическую выносливость и помогает предотвратить возникновение болезни. Многочисленные исследова-

ния показывают, что, приступив к систематическим занятиям физической культурой, многие люди одновременно начинают соблюдать и другие элементы здорового образа жизни: рационально питаться, отказываться от вредных привычек. Этот феномен обычно связывают с тем, что, начав заниматься физической культурой, человек осознает, что своим здоровьем можно управлять.

Здоровье подрастающего поколения является важным ресурсом в развитии общества, именно оно определяет способность человека к труду, обеспечивает гармоничное развитие личности. Особое значение в развитии личности имеет целенаправленное формирование здорового образа жизни, создание потребности в физических нагрузках, занятиях спортом.

В современном обществе есть такая гипотеза, что любую болезнь, физическую или социальную целесообразнее предотвратить, чем лечить ее последствия. Именно в современной молодежной среде закладывается фундамент нравственных позиций, трудовых отношений, формируются ценностные ориентации. Очень важно сформировать у молодежи потребность в здоровом образе жизни, разъяснить, что охрана здоровья необходима для формирования полноценной семьи, обеспечения материального достатка.

Главным достоянием любого государства является физически активная, здоровая молодежь. Уровень здоровья современной российской молодежи вызывает обоснованную тревогу в обществе. Постоянно в средствах массовой информации отмечаются негативные тенденции состояния здоровья учащейся молодежи. Общеизвестно, что в настоящее время обстановка в молодежной среде можно оценить, как критическую. Рост преступности среди подрастающего поколения, криминализация молодежных сообществ, разгул наркомании и алкоголизма сильно тревожит общество. Студенты относятся к числу наименее социально защищенных групп населения. Часто за время обучения здоровье студентов заметно ухудшается. По данным современных исследований, ко второму курсу количество случаев заболеваний увеличивается на 23%, а к четвертому – на 43%.

Здоровье каждого человека определяется комплексом объективных и

субъективных факторов. Создание у учащейся молодежи потребности в здоровом образе жизни, занятиях спортом обеспечат долгую и активную жизнь. Здоровый образ жизни нельзя рассматривать только как отказ от вредных привычек. Прежде всего, - это самоорганизация и самодисциплина, стремление к саморазвитию, развитие личных дарований и способностей в жизнедеятельности человека.

Формирование здорового образа жизни включает в себя физическую активность. Для студентов это очень актуально, как и для людей, занимающихся умственным трудом. Существует, такое предположение, что уровень двигательной активности во время учебных занятий в среднем составляет 50 – 65% от биологической потребности. А в период экзаменационной сессии эта цифра падает до 18 – 22%. И такая картина сохраняется в течение всего учебного года. Следовательно, той физической активности, которую предполагает обучение, явно недостаточно. Здоровый образ жизни студента возможен, но только при условии, когда он сам этого захочет. Поэтому начиная об этом говорить, необходимо прежде всего спросить самого студента: а хочет ли он сам?

С целью пропаганды здорового образа жизни, в одном из российских вузов был проведён опрос среди студентов 1 курса на тему «Что вы знаете о здоровом образе жизни». В данном опросе приняли участие 52 студента. Результат опроса показал, как студенты относятся к своему здоровью, что им мешает быть здоровыми.

Задумываются о здоровом образе жизни 100% опрошенных студентов, причем хорошими свои знания считают 71,1% опрошенных студентов, удовлетворительными 26,9% и неудовлетворительными - 1,9%.

Из числа опрошенных студентов считают себя здоровыми 26,9%, редко болеют 48%, часто болеют 15%.

Придерживаются здорового образа жизни 46%, частично - 51% и не придерживаются - 1,9% человек; из опрошенных студентов лишь 7,6% занимаются утренней гимнастикой, посещают спортивные секции - 42,3%, регулярно консультируются с врачом - 7,6%, соблюдают режим дня - 26,9%, соблюдают ре-



жим питания - 15%.

Среди опрошенных респондентов было выявлено 9,6% студентов, имеющих хронические заболевания.

Из факторов, мешающих заниматься своим здоровьем, студенты отметили:

- недостаток времени - 42,3 %,
- материальные затруднения - 1,9 %,
- отсутствие условий - 19,2 %,
- лень - 36,5%.

Анализ ответов респондентов показал: не курят - 17,3% юношей и 57,6% девушек.

Употребляют спиртные напитки 9,6% юношей, 53,8% девушек. Не употребляют 9,6% и 26,9% достоверно. Основной причиной вредных привычек студенты считают стрессы, вызванные перегруженностью учебных программ.

Исходя из ответов студентов, основными причинами занятий физической культурой являются поддержание хорошей физической подготовленности - 28,8%, улучшение осанки - 5,7%, коррекция фигуры - 25%.

Среди опрошенных не занимаются физической культурой из-за недостатка времени 19,2% человек; 15% человек, потому что не нравится предмет «Физическая культура», и 7,6%, так как нет секций, в которых бы хотелось заниматься.

По результатам исследования можно предположить, что причина наличия вредных привычек студентов - это:

- стрессы, вызванные перегруженностью учебных программ;
- неустроенность быта и досуга;
- отсутствие условий для отдыха, крайне необходимых при такой нагрузке на организм.

В связи с этим можно сделать выводы, что студентам необходимо:

1) Каждый день выполнять физические упражнения и приходить на занятия отдохнувшими.

2) Проявлять активность во время учебных занятий.

3) Между парами активно проводить время, так как движение может стать лучшим источником восстановления и отдыхом.

4) Побороть вредные привычки: алкоголь, курение, наркотики.

5) Понять, что главной задачей здорового образа жизни в свободное от учёбы время является восстановление и оздоровление студента.

6) Главные составляющие здорового образа жизни - питание, сон, личная гигиена.

7) Необходимо заниматься самообразованием, спортивно-физкультурной деятельностью, заниматься активным отдыхом.

На основании результатов проведенного исследования можно сделать вывод, что для большинства студентов основным препятствием поддержания здорового образа жизни является отсутствие мотивации и правильное понимание здорового образа жизни. Такой мотив, как угроза здоровью в отдаленном будущем, не является значимым для современной молодежи. Следовательно, в учебных заведениях необходимо разрабатывать различные профилактические мероприятия и мероприятия, популяризирующие принципы здорового образа жизни в молодежной среде. Проводимые акции и мероприятия должны способствовать формированию мотивации у молодежи на эффективное социально-психологическое и физическое развитие, позитивное отношение к окружающему миру и желанию вести здоровый образ жизни.

Следовательно, молодежь необходимо обучать здоровому образу жизни, доказывать и показывать, чтобы они ответственнее относились к своему здоровью и располагали необходимой информацией для его сохранения и укрепления. Учебные заведения, выполняя роль образовательного и культурного центра, играют очень большую роль в формировании здоровья учащихся, в обучении и воспитании навыков здорового образа жизни.

Надо отметить, что, пропагандируя здоровый образ жизни необходимо дать молодому поколению альтернативу, возможность выбора, заинтересовать разнообразными увлечениями, а не навязывать собственное мнение.

Здоровье – это бесценное состояние всего общества, каждый человек

имеет большое желание стать сильным, здоровым, сохранить как можно дольше бодрость и достичь долголетия. Это главная цель нашей жизни.

Итак, из всего выше сказанного, можно сделать выводы.

Роль физической культуры в формировании здорового образа жизни в современной жизни очень велика. Здоровье человека, прежде всего, связано с физической активностью человека. Чем человек активнее, тем он физически выносливее.

Здоровый образ жизни – это комплекс мероприятий, направленная на улучшение и сохранение здоровья с помощью соответствующего питания, физической подготовки, морального настроя и отказа от вредных привычек.

В современном мире увеличилось влияние на здоровье человека экологических, техногенных и психологических факторов. Постоянные нагрузки на организм человека приводят к болезням. Соблюдение несложных принципов здорового образа жизни позволят преодолеть все изменения в состоянии здоровья, а также иметь прекрасную физическую форму. Это немаловажно в современном мире.

Человек, ведущий здоровый образ жизни - это, прежде всего, человек преуспевающий, активный во всех жизненных направлениях.

Здоровый образ жизни в молодежной среде - это не только основа хорошего самочувствия и бодрого настроения, но и прямой путь к оздоровлению нации, к решению многих проблем современной России.

Физическая культура и спорт всегда рассматривались и ценились в нашем обществе достаточно высоко. В настоящее время, когда наша страна переживает серьезный социально-демографический кризис, когда российский народ вырождается, когда смертность превышает рождаемость, проблемы формирования здорового образа жизни россиян становятся актуальными. Следовательно, нам необходимо использовать огромный потенциал физической культуры и спорта в полной мере на благо процветания России. Это наименее затратные и наиболее эффективные средства морального и физического оздоровления нации.

# ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ ОБЩЕСТВА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

**Люц Елена Петровна**

*кандидат философских наук, доцент*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

## SOCIETY SOCIAL STRUCTURE TRANSFORMATION IN THE CONTEXT OF MARKET ECONOMY

**Lutz Elena Petrovna**

*candidate of Philosophy Sciences, Associate Professor*

*Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

### АННОТАЦИЯ

В работе анализируется процесс изменения социальной структуры современного российского общества в условиях становления и развития рыночной экономики. Рассматривается социальный состав и типичные черты нового социального слоя – прекариата, раскрывается сущность феномена депрофессионализации выпускников вузов.

### ABSTRACT

The paper analyses the transformation process of social structure of the present-day Russian society in response to market economy development and progress. Social composition and characteristics of the new social stratum called precariat are examined, and the essence of higher schools graduates deprofessionalisation phenomenon is revealed.

**Ключевые слова:** класс, прекариат, депрофессионализация, рынок труда, занятость.

**Key words:** class, precariat, deprofessionalisation, labour market, employment

При анализе социальных феноменов определенного общества мы должны, прежде всего, иметь отчетливое представление о социальной структуре данного общества. В социологическом мышлении, начиная со второй половины XIX в. и по сей день, базовым понятием, отражающим устройство общества, является понятие социального класса К. Маркса. Как известно, К. Маркс исходил из того, что наиболее важной сферой человеческой жизни выступает труд. Именно в процессе труда, в экономическом контексте, люди создают блага, необходимые для удовлетворения их потребностей, складываются значимые социальные отношения, формируются важнейшие интересы людей и их идеологические установки. Позиция в экономической сфере становится главным фактором социального статуса человека, в свою очередь эта позиция определяется отношением к собственности на средства производства. Обладание или не обладание материальными благами делит общество на два крупных сегмента –

класс собственников и класс трудящихся. Из данного дихотомического отношения вытекают существенные социальные последствия, которые приводят в действие процессы формирования самих этих классов. К. Маркс выделял два этапа в кристаллизации социальных классов. Первый этап - «класс в себе», это статистическая группа, в которой существует только объективная общность интересов, но на этом этапе постепенно появляется осознание общности интересов внутри одного класса и противопоставление интересам другого класса (в терминологии К. Маркса, «классовое сознание»); На втором этапе класс становится уже реально функционирующей, организованной группой – «классом для себя», то есть это класс, готовый к организованным действиям по защите и реализации собственных интересов.

В современной социологической теории данные положения марксизма дополняются теорией социальной стратификации. Уточним, что понятие «социальная стратификация» мы будем использовать только для описания групповых или статусных различий, рассматривая, каким образом принадлежность индивида к той или иной социальной группе обеспечивает ему доступ (или шансы доступа) к таким ценностям как богатство, власть, образование, престиж и здоровье. В социологическом дискурсе выделяются и другие признаки, позволяющие поставить различные явления на сходные уровни стратификационной иерархии, например, образ жизни, вкусы, пристрастия и т. п. Богатые люди по своему образу жизни и мышления похожи на других богатых людей, а у бедных образ жизни и мышления совсем иной. Эти сходства значимы, они напрямую следуют из таких показателей как богатство, власть, образование, укрепляя целостность групп и создавая реальную социальную среду. Такие сплоченные общности – группы, имеющие примерно одно и то же место в системах социальной иерархии, в социологии определяются как социальные слои. Социальный слой является базовой единицей социальной структуры современного общества.

Социологические исследования последних двух десятилетий четко фиксируют факт изменения социальной структуры общества, связанный с появлением нового социального слоя – прекариата. «Прекариат – это принципиально новое образование, означающее наличие социального слоя, который олицетво-

ряет отчуждение не только от результатов труда, но и от всего значительных социальных групп, испытывающих особо изощренные формы эксплуатации их труда, их знаний, их квалификации, а в конечном счете и качества жизни»[4, с. 3]. Сам термин «прекариат» ввел в научный оборот П. Бурдьё в середине 80-х гг. XX в. Этим словом он обозначил слой работников, характеризуемый нестабильной трудовой занятостью и отсутствием гарантированных социальных благ. Причем, к прекариату П. Бурдьё относил не только сезонных рабочих, как было принято в социальной науке, но и все более расширяющуюся массу работников, занятых на временных и эпизодических работах [1]. Социальная реальность начала XXI века такова, что прекариат во многих странах мира сегодня достигает от 30 до 40% численности трудоспособного населения, образуя социальный слой, который во многом определяет лицо общества [4, с. 3]. Процесс влияния рыночной экономики на характер труда достаточно полно рассмотрен в работах социологов и экономистов, поэтому мы не будем воспроизводить данную аналитику, ограничившись ссылкой [1, 2, 4].

Каковы же определяющие черты прекариата? Прежде всего, неустойчивое социальное положение, связанное с постоянной угрозой потери работы, как свидетельствуют социологические исследования в сфере труда, феномен боязни потерять работу за последние десятилетия стал массовым. Причем это не только страх перед увольнением, он включает в себя чувства беспокойства и тревоги по поводу трансформации самой работы и последствий этой трансформации для здоровья и личной жизни [2, с. 365].

Вторая черта - снижение социального статуса, либо уже реальное, либо потенциальное. Сегодня в российской экономике сложилась ситуация, когда люди, по своим возможностям могущие рассчитывать на более статусную должность, вынуждены соглашаться на менее оплачиваемую и престижную работу. Возникает статусный диссонанс, особенно характерный для молодежи. Естественно, молодой человек, затративший немалые интеллектуальные и финансовые ресурсы, рассчитывает на успешную карьеру, продвижение по социальной лестнице, на самореализацию, то есть на воплощение определенных со-

циальных идеалов, которые на практике оказываются трудно реализуемыми.

Следующая черта – нестабильность, случайность дохода, которая зачастую порождает социальный пессимизм, отказ профессионального и личностного развития. Прекариат депрофессионален, так как ему приходится часто менять места работы. Это не внутренняя потребность, связанная с поиском себя, а вынужденная стратегия поведения. Анализ занятости российского населения за последние 10 лет свидетельствует о росте числа индивидов, работающих не по специальности. Если в 1995 г. только 17,6% работников не могли устроиться по специальности, то в 2013 – уже 49,1% [4, с. 7]. Особенно печальна в этом смысле судьба выпускников вузов, занятость которых мало различает и учитывает полученные профессиональные знания. Как подчеркивают исследователи, «большинство из них, несмотря на ранее полученную специальность, выполняют некий набор усредненных требований..., для реализации которых необязательно иметь высшее образование. Иначе говоря, значимым становится сам диплом о высшем образовании, как «пропуск» в «лучший мир», а не то, в чем заключается само образование и какую профессию получил выпускник. Разумеется, проблема трудоустройства и студентов российских вузов – это сложнейшая социально-экономическая проблема, на которой мы не имеем возможности остановиться в рамках данной статьи. Отметим как исходный объективный факт наличие рассогласования между сферой образования и рынком труда. На практике эта несогласованность проявляется, с одной стороны, в дефиците квалифицированных кадров (по данным опроса Russian innovation Survey, 2009-2010 47% руководителей инновационного бизнеса и столько же руководителей крупных и средних предприятий сложности поиска квалифицированных инженеров и специалистов [4, с. 97]). С другой стороны, актуальна проблема трудоустройства не по специальности (по данным исследований 2012 г. из 1500 опрошенных выпускников вузов по специальности не работает 42% [5, с. 101]). По мнению 85% экспертов, сегодня у большинства работников преобладают установки на выполнение исполнительских, а не творческих, созидательных функций. Торможение процессов формирования «инновационного человека»

эксперты связали с тем, что образование не развивает способности к инновационной деятельности, а также с консерватизмом руководства, которое не поддерживает новаторов [3, с. 94].

Исходя из рассмотренных признаков, выявим социальный состав прекариата. Во-первых, это часть трудоспособного населения, занятого постоянно на временной работе. Эта социальная группа насчитывает в России, по экспертным оценкам, от 30 до 40% трудоспособного населения [4, с. 4]. Во-вторых, прекариат состоит из людей, работающих неполный рабочий день или ограничивающимися сезонными работами. Обычно эти люди вынуждены соглашаться на неполный рабочий день, причем, как показывает практика, им приходится работать больше и получать за свой труд меньшее вознаграждение, чем они рассчитывали. В-третьих, прекариат представлен безработными, численность которых возрастает в период кризиса; далее, в прекариат следует включить и людей «креативных профессий» - специалистов по информационным технологиям, художников, писателей и т.д. При всей привлекательности этих профессий они предполагают социальную незащищенность, нестабильность, профессиональные риски. И, наконец, прекариат пополняется за счет стажеров, студентов, которые, находясь в состоянии неопределенности, соглашаются на случайные виды занятости, зачастую ниже своих способностей и ожиданий.

Таким образом, прекариат формируется из представителей различных социальных слоев современного общества, которых объединяет нестабильное социальное положение, отсутствие социальной защищенности, веры в гарантированное будущее своей семьи и в реализацию собственных профессиональных амбиций, а так же низкий уровень дохода, власти и престижа. Безусловно, такое социально – экономическое положение сказывается и на мировоззрении людей: происходят духовно-нравственная деградация личности, потеря идеалов, страх и разочарование не позволяют людям строить планы на будущее, например, в отношении семьи и детей.

Если говорить о месте прекариата в системе социальной стратификации, то можно сделать вывод о том, что прекариат все еще «класс в себе», «состав-



ляющие его социальные группы еще не выработали чувство солидарности, слабо или совсем не организованы» [4, с. 12]. Тем не менее, это та новая социальная реальность, с которой мы имеем дело как преподаватели университета. В данной ситуации, нам следует осмыслить во всей сложности и многогранности проблему социализации студенческой молодежи. Позитивным результатом нашей деятельности должны быть адекватная профессиональная самоидентификация успешное трудоустройство наших выпускников. Разумеется, в достижении этой цели далеко не все зависит от нас, есть объективная данность социально-экономической среды. Но рефлексия над проблемой, ясное осознание угроз, с которыми могут столкнуться наши выпускники, помогут нам выработать эффективную тактику в нашей образовательной деятельности.

#### **Список литературы:**

1. Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики.- М.: «АЛЕТЕЙЯ», 2005.
2. Гидденс Э. Социология. – М.: Едитоурал, 2005.
3. Иванов О.И. Человеческий потенциал: вопросы теории и методологии исследования // СОЦИС, 2014. №6. С. 89-95
4. Тощенко Ж.Т. Прекариат – новый социальный класс // СОЦИС. 2015. № 6. С. 3-12
5. Устинова К.А. Сфера образования и рынок труда: проблемы рассогласования // СОЦИС. 2014. № 6. С. 96-102

#### **ПРОБЛЕМА ОБОСНОВАНИЯ ИНВАРИАНТНОГО СМЫСЛА БЫТИЯ РАЗНОРОДНЫХ СУБЪЕКТОВ**

**Поросенков Сергей Владимирович**

*доктор философских наук, профессор, зам. директора по науке  
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

#### **THE PROBLEM OF JUSTIFYING INVARIANT MEANING BEING DIFFERENT OBJECTS**

**Porosenkov Sergey Vladimirovich**

*doctor of Philosophy, Professor, deputy director for science  
Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics, Perm*

#### **АННОТАЦИЯ**

В работе рассмотрены философские основания решения проблемы обоснования инвариантного смысла бытия в онтологическом, гносеологическом, антропологическом, аксиологическом и социально-философских аспектах. Особое внимание уделено онтологическому аспекту обоснования смысла бытия в рамках многообразных связей языка и бытия.

## ABSTRACT

The paper discusses the philosophical foundation solve justify the invariant meaning of being in the ontological, epistemological, anthropological, axiological, social and philosophical aspects. Particular attention is paid to the ontological aspect of the study of meaning of life within the framework of multiple links of language and existence.

**Ключевые слова:** смысл, язык, бытие, толерантность, онтология, бытийное самопонимание.

**Keywords:** meaning, language, existence, tolerance, ontology, existential self-understanding.

Современный мир – это мир углубляющихся разнородных различий, образующих диалектическую противоположность тенденциям интеграции в рамках процесса глобализации. На индивидуальном и социальном уровне формируются и функционируют разнородные социальные субъекты, существующие и действующие в мире различий, дифференцирующихся в качественно специфических сферах и регионах экономики, политики, морали, права, религии, философии и многих других. И в этой связи возникает проблема: возможно ли обоснование инвариантного смысла бытия разнородных субъектов, то есть смысла как интеграции в некоторое единство всех значений многоразличного мира?

В рамках настоящей статьи эта проблема рассматривается в аспекте взаимосвязи языка и бытия.

Язык дом бытия – мысль, ставшая привычной для философов в последние десятилетия. Но что собой представляет язык? Тысячи естественных языков, множество искусственных языков науки, необозримое число символических языков культур и религий, растущая масса искусственных языков виртуальной реальности – все это обнаруживает множащиеся различия и противоречия знаковых систем и, соответственно, различия и противоречия универсума всех значений.

Также и бытие представлено человеку множественностью смыслов, среди которых найти какой-то инвариантный, интегративный смысл, подобный тому, на который претендовали и претендуют тысячи религий, философские системы, политические идеологии, не представляется возможным. Радикальную черту для всех прежних мировоззренческих подходов к определению бытия или его

смысла подводит факт появления виртуальной реальности, функционирующей на основе Интернета. Если со времени появления первых мировых религий и философских систем само отношение человека к реальности и отношения человека к человеку базировались на дихотомиях объективная реальность – субъективная реальность, материальный мир – духовный мир, а субъект – объектная схема была основной для систематических форм познания, то появление виртуальной реальности привело к появлению триады: объективная реальность – виртуальная реальность – субъективная реальность.

Качественная специфика виртуальной реальности не сводима ни к объективной реальности, ни к субъективной реальности. Если компьютер рассматривать только как фрагмент объективной реальности, а виртуальную реальность как некую информационную часть объективной реальности, то этот подход ликвидирует качественную специфику виртуальной реальности. И эта ликвидация происходит, если экстраполировать субъект - объектную схему и соответствующие ей методологии и концепции философии и науки на триадичную структуру реальности.

Существующие языковые системы естественного и искусственного происхождения, множественность смыслов бытия, усложнение структуры реальности – все это ведет к росту и интенсификации различий и противоречий, которые разделяют индивидов, социальные группы, культурные и национальные общности, религиозные конфессии, Интернет – сообщества. Поэтому идея единства инвариантного смысла, основанная на формировании фундаментального отношения разнородных субъектов к множеству различий и противоречий, пронизывающих существование современного человечества, актуальна, востребована и необходима. Процессы глобализации ведут к взаимосвязи и взаимозависимости множества социальных субъектов, воплощающих многообразие социальных, культурных, национальных, религиозных и виртуально-значимых различий. Поэтому обоснование идеи единства инвариантного смысла бытия становится велением времени, а не только теоретическим интересом или субъективным желанием личностей, персонифицирующих тех или иных

социальных субъектов.

Следует отметить положительные значения рассматриваемой проблемы для идеи толерантности. Понятие толерантности не только общая идея. Толерантность представляет собой и мировоззренческую позицию, когда субъект мировоззрения допускает кроме собственных взглядов, принципов, убеждений, верований, ценностных ориентаций возможность существования принципиально иных мировоззрений. Толерантность может рассматриваться и как особая ценностная позиция, когда индивидуальный или коллективный субъект ценностного отношения допускает возможность существования иных систем ценностей. Толерантность обозначает и систему норм, определяющих такое отношение к социальным, культурным, религиозным, национальным, виртуальным различиям, которое бы предотвращало перерастание этих различий в конфликтные противоречия.

Проблема обоснования инвариантного смысла бытия может быть разграничена на ряд аспектов.

Первый аспект – это онтологическое обоснование. Онтологическое обоснование включает нахождение, выражение и признание всеми социальными субъектами единого инвариантного смысла бытия.

Второй аспект – это гносеологическое обоснование, то есть определение основных понятий, посредством которых социальные субъекты согласованно и в системе единых значений осуществляют понимание и познание общей самоидентификационной основы многообразных различий.

Третий аспект – это антропологическое обоснование инвариантного смысла бытия, предполагающее нахождение и признание единой сущности человека, которая бы предваряла все формы различий индивидов, типов личностей.

Четвертый аспект – это аксиологическое обоснование инвариантного смысла бытия, то есть нахождение единых общечеловеческих ценностей, инвариантно представленных во всех ценностных системах, выработанных человечеством.

И, наконец, пятый аспект – социально-философское обоснование инвариантного смысла бытия, предполагающее выявление единого инвариантного со-

держания социальности вообще, включая инвариантные цели и смыслы социальной деятельности разнородных субъектов.

Язык и бытие задают в своем глубоком единстве преимущественно онтологический путь решения проблемы обоснования инвариантного смысла бытия, а этот смысл имеет значение предваряющего понимания бытия по отношению к гносеологическому, аксиологическому, антропологическому и социально-философскому аспектам.

В онтологическом аспекте особо следует выделить область порождения различий понимания бытия, порождаемых исторически сформировавшимся многообразием языков, изменениями грамматических структур и их функций.

Суждения о бытии или с позиции бытия предполагают особое условие, точнее условность, которая должна быть признана безусловной и внелогичной для высказываний о бытии: все высказывания о бытии - это указания высказывающегося на то, что присутствует до и вне его мышления. Тогда этим условием мышление предполагается не чистой формой логического процесса, а совершением определения бытия посредством мышления.

Всесилие связки «есть» в логическом мышлении сопряжено с онтологической функцией глагола «быть» в языке. Эта функция связи языковой деятельности с бытием, где осуществляется единство указания на существование того, о чём говорится, с пониманием существования тем, кто говорит. Функции логического «есть» в мышлении и грамматического «быть» в языке имеют коррелятом само бытие, равно и однозначно охватывающее всё сущее независимо от того, предполагать ли его единым или разделённым на роды и фрагменты. Определение бытия всегда осуществлялось через наделение его предикатами. В содержании этих предикатов всегда подразумевается нечто большее, чем указание на то, «что» существует и это большее относится именно к «существует». Причём относится так, что и порождает философствование. Например, «божественное бытие», «материальное бытие», «духовное бытие», «социальное бытие» - это не пустое «есть» бога, материи, духа, социума, но это всегда привнесение такого смысла в «есть», что оно из пустой связки суждения становится

идеей существования, открывающей особое видение и понимание всего существующего в той философии, которая использует тот или иной предикат бытия. В самих суждениях связка «есть» своей функцией исчерпывает всё своё содержание. Существование, понимаемое в качестве связки «есть», наделяет собой в суждении субъект и предикат. Таким образом, «есть» исчезает в своей функции, не имея никакого собственного содержания за рамками этой функции в суждении.

Идея, выражаемая суждениями о существовании, всегда претендует выразить большее значение, чем значение, образуемое из того, что существует. Так оппозиции «материя и сознание», «бог и мир» в соответствующих философиях были и остаются не только основанием систематизации знаний обо всём существующем, но претендовали и претендуют на особое собственное значение, превращающееся в философствовании материализма или религиозной философии в смысл бытия и его познания. Что означает эта всегда совершающаяся в философии предикация бытия и превращение бытия в предикат вопреки логически обосновываемым «пустоте» существования, беспредикатности бытия? Как совместить или учесть в философском исследовании эти противоположные познавательные ориентации: философия есть определение бытия, а стало быть, приписывание в какой-либо форме предикатов, и тем самым превращение его в некоторую идею, имеющую содержание; вместе с тем существование ничего не добавляет в качестве знания к тому, что существует, и это относится как к отдельной вещи, так и ко всему существующему. После И. Канта было немало критики в адрес философии, превращающей существование в идею. Не психологизм ли в основе такого философствования и скрытый субъективизм? Не создание ли посредством идеи существования лишних сущностей, нарушающее правило «бритвы Оккама»? Не обсуждение ли это каких-то пустых иллюзий? Такого рода вопросы в той или иной форме возникают, когда речь идёт о попытках содержательного определения бытия и философствования, воплощающего идею бытия.

Слово «существование» в русском языке содержит смысловые оттенки

«существо» и «сущность», а глагол «существовать» может быть поставлен в связь со значениями длящегося существа или сущности. Русское слово существование в смысле длящегося существа близко латинскому слову экзистенция, а слово существовать слову экзистировать. Слово существование в значении длящейся сущности с акцентом на то, что существует, соответствует значению латинского слова «эссенция». Из игры этих значений в языковой деятельности возможно различное выражение понимания бытия. Оппозиции, которые могут возникнуть и быть реализованы в рациональном выражении определённости бытия, всегда присутствуют в познании. Таковы, например, вопросы: «Бог - это «кто» как живое существо или « что» как превосходящая всё сущность?», «Человек - это «кто» как живое существо или он есть «что» как определяющая и предваряющая всё в нём сущность?».

В экзистенциализме эта оппозиционность присутствует в основании понимания существования через противопоставление экзистенции эссенции, то есть существования всякому «что» и всякой «сущности», всему онтическому. Экзистенция же в предельно очищенном от онтического содержания виде, то есть выделенная в онтологию присутствия при сущем и определяющая понимание всех сущностей этого сущего, образует самоопределяемое поле смыслов, превращающихся через связь понятий экзистенциального мышления в общезначимые категории, но их содержание не сущность, которая мыслится через «эссенцию», а общезначимость не является чем-то обще-одинаковым, так как подразумевает совпадение универсального и уникального. Например, когда экзистенциальные мыслители высказываются в форме суждений «...я, которое обозначает свободное бытие,... и есть сущность человека» [5, с. 71] или «субстанция человека есть экзистенция» [9], то смысл понятий сущность и субстанция в таких суждениях предполагает не только абстрактно-логически мыслимое предшествование любым значениям категорий сущности и субстанции, но имеет ввиду очищение от всякого онтического содержания этих категорий. И тогда, с таким смыслом, понятия сущность и субстанция превращаются в фундаментальные онтологические категории.

Такая же специфика смысла есть и у понятий, характеризующих признаки существования. Понятия целостность, неделимость, безусловность, скачкообразность возникновения и исчезновения, характеризующие человеческое существование, имеют ввиду бытийную самоопределённость, условно говоря, вне того, что значения целое и часть, условие и обусловливаемое, возникающее и исчезающее образованы соответствующими сторонами вещей, процессов, попадающих в предмет познавательной деятельности. Существование выделяется из всего сущего в своё собственное царство бытия. Но от сущего даже самым сложным путём использования языка в чистое царство бытия никому не удаётся уйти. Аналитика М. Хайдеггера как бы движется по невидимой грани сущего и бытия, определённая стремлением уйти от их традиционного отождествления, которое в классически рациональном мышлении осуществлялось в понятиях бог, материя, разум. Понятие существующего имеет одним из своих значений свершающийся переход. Это значение указывает на собственную энергичность существования. Присутствие у М. Хайдеггера экзистирует, это существование, свершающееся переход, всегда охваченный целостностью заботы (вперёд-себя) и, вместе с тем, оно расположено (перед-чем-ужаса), а в этом последнем смысле оно мыслимо застывшим в собственной связности существом.

Возможности выражения смысла бытия в определенном взаимодействии структур языка и структур мышления существуют и абстрактно в этих возможностях заключены и онтологические основы толерантности. Вместе с тем, необходимо учитывать в онтологическом обосновании толерантности и изменения языковых средств выражения смысла бытия и обратное воздействие этих средств на процесс бытийного самопонимания человека.

Анализ этого процесса включает, разумеется, не только лингвистические компоненты, но в плане взаимосвязи языка и бытия в онтологическом обосновании инвариантного смысла бытия изменения функций тех или иных языковых структур имеют существенное значение.

На одном моменте этого анализа есть смысл остановиться, так как он связан с особым изменением языковой деятельности человека, - изменением, сви-



детельствующим уже не о концептуальных формах устранения проблематики бытия в тех или иных направлениях познания, а об изменении человеческого самопонимания в самом бытии в той мере, как это могут показать понятия, характеризующие эволюцию языка.

Э. Фромм отмечает, что «некоторое изменение смыслового значения понятий «бытие» и «обладание» нашло в последние несколько столетий отражение в западных языках и выразилось во все большем использовании для их обозначения существительных и все меньше - глаголов» [7, с. 48]. Особенно эта тенденция усилилась в последние два столетия. Каждый говорящий и мыслящий на русском языке может эмпирически констатировать отличие в этом отношении современного языка от языка А.С. Пушкина, Н.В. Гоголя, Ф.М. Достоевского, Л.Н. Толстого, В. Даля.

Э. Фромм выделяет в этой тенденции, прежде всего, проявление отчуждения. «Когда я говорю «у меня есть проблема» вместо «я обеспокоен», - пишет он, - субъективный опыт как бы исключается: «я» как субъект переживания заменяется на объект обладания. Я преобразовал свое чувство в некий объект, которым я владею, а именно в проблему. Но слово «проблема» - это абстрактное обозначение всякого рода трудностей, с которыми мы сталкиваемся. Я не могу иметь проблему, потому что это не вещь, которой можно обладать, в то время как проблема мною владеть может. Иными словами, я сам себя превратил в «проблему», и вот теперь мое творение владеет мною. Такой способ выражения обнаруживает скрытое, бессознательное отчуждение» [7, с. 50-51]. Здесь проявление отчуждения, во-первых, представлено отождествлением содержания переживания «я» с предметом; во-вторых, «я» оказывается особым образом соединенным с абстракцией, безотносительной к какому-либо существованию, а, значит, это субзистирующее бытие абстракции становится составной частью «я», а последнее оказывается отделенным от собственной онтологической укоренности в бытии. Э. Фромм считает наиболее приемлемой трактовку бытия, вычлененную из тысяч философских трудов, посвященных этой теме, и заключающуюся в определении бытия становлением. В западной философии такая

определенность бытия связана с именами Гераклита Эфесского и Г. Гегеля. С этой точки зрения Э. Фромм полагает, что смысл потери глаголов в западных языках заключается в разрыве связи мышления с бытием-становлением. Однако значительно более глубокий и фундаментальный вывод, на который указывает эта тенденция, последует, если учесть анализ значения глаголов в эволюции европейских языков и европейского мышления, осуществленный М. Фуко. Этот вывод касается не только концепций бытия-становления или концепций бытия-неизменности, а также и не только концепций бытия вообще. Это вывод о развитии процесса разрыва языка и мышления современного человека с бытием, что свидетельствует о потере бытийного самопонимания, процессе исчезновения способности понимать существование само по себе.

В XVIII веке, когда была замечена тенденция подмены глаголов существительными, была исследована функция глаголов в языке. М. Фуко следующим образом характеризует значение глаголов: «Глагол находится на рубеже речи, на стыке того, что сказано, и того, что высказывается, то есть в точности там, где знаки начинают становиться языком. Весь вид глагола сводится к одному, который означает быть» [8, с. 127]. Так, если глагол обозначает чье-то действие, то он всегда скрытно и замаскированно указывает на бытие действующего. В функционировании языка как системы знаков, то есть внутри собственно языковой системы, глагол «быть» направляет знаки к бытию мышления и соотносит их с этим бытием. М. Фуко показывает, что грамматисты Пор-Рояля, а также К. Кондьяльк, Дестю де Траси и другие исследователи того времени при всех различиях в трактовке теории глагола и значения всех глаголов, выражаемого глаголом «быть», сходятся в том, что «вся суть языка сосредотачивается в этом единственном слове» [8, с. 128]. В частности, времена глагола соотносят все содержание того, о чем говорится, с пребыванием, обнаружением существования в возникновении, исчезновении, изменении. «Без наличия, по крайней мере не явного, глагола быть и отношения атрибутивности, которое он устанавливает, дело имели бы не с языком, а со знаками как таковыми» [8, с. 153]. Отсюда и следует более глубокий вывод, чем сделанный Э. Фроммом в связи с

анализируемым им доминированием модуса иметь над модусом быть. Речь идет о возникновении процесса дистанцирования мышления от бытия, а языка от бытия мышления. Этот процесс не зависит от так говорящего и думающего. Замена глагола на существительное проявляет сокрытие собственного я говорящего, пишущего, думающего таким способом, когда речь идет о его собственных действиях, должных бы быть обозначенными глаголами, а не существительными, если бы он говорил, писал, думал из «я существую». Этот языковой момент косвенно указывает на изменения отдельного человеческого существования и его центрированности в «я». Выведение глаголов в формы существительных и переход к использованию безотносительной для существования логической связки «есть» (вместо «действует» «есть действие») показывает сокращение смысловых объемов открытости бытию в речи и мышлении.

Замены глагола существительным, казалось бы, противоречат деятельному сознанию, так как оно больше должно ориентироваться на действие, изменение, движение. Но в действительности обозначение существительным действия соответствует представляющей природе деятельного сознания. Действие, представленное предметом мышления, обозначенного существительным, во-первых, может быть включено в конфигурацию иных действий «остановленных» для сложения в различных схемах; во-вторых, выраженное существительным, оно вырвано из контекста употребления глагольной формы, связанной с тем «что» изменяется, движется, действует и т.д.; в-третьих, это существительное, будучи предметом мысли, проще может быть передано в коммуникации, во взаимодействии с другими субъектами, в-четвертых, отмеченное Э. Фроммом отождествление говорящего, мыслящего с действием, когда оно обозначено существительным, также соответствует деятельному сознанию. Тогда тенденция сокращения глаголов и их замены на существительные в языковой деятельности есть один из показателей усиления доминирования деятельной природы человека над экзистенциальной и сокращения возможностей бытийного самопонимания.

Потеря бытийного самопонимания современного человека в аспекте из-

менения онтологической функции глагола «быть» наиболее отчетливо стала заметна в западных языках, как свидетельствует М. Фуко, в XIX веке: «Самостоятельный анализ грамматических структур в практике с XIX века вычленяет язык, рассматривает его как автономное формирование, разрывая его связи с суждениями, атрибутивностью и утверждениями. Тем самым оказывается разорванным онтологический переход между «говорить» и «думать», а обеспечиваемый глаголом «быть» язык тут же обретает самостоятельное бытие, а в этом бытии содержатся управляющие им законы» [8, с. 320]. Собственные законы языка как бы смыкаются над говорящим субъектом, и пропорция значений «я говорю» и «меня проговаривает язык» смещается в пользу преобладания последнего. Нужно ли пояснять, как значима сама эта тенденция для философии постмодернизма в определении специфики миропонимания премодерна, модерна и постмодерна? М. Фуко, анализируя вопрос почему у современного человека «я мыслю» с очевидностью не приводит к онтологическому «я существую», рисует разрыв человеческого «я существую» в облике всегда внешнего самому себе, в законах принудительности выполняемого им труда, в языке, противостоящем «я» и представляющем собой «тяжкие напластования, полностью анализировать которые мысль не в состоянии» [8, с. 345].

Изменение онтологической функции глагола «быть» не следует понимать как механическое сокращение бытийного самопонимания, как прямолинейный процесс. Так А. Вежбицкая критикует методы расчленения естественного языка взятые из практики их применения в анализе знаков формализованных или искусственных языков. Она исходит из целостности функционирования естественных языков, что предполагает учет широких компенсаторных возможностей чего-то исчезающего или недостающего в структуре и функциях языка. Так, например, она показывает упрощение, которое возникает в трактовке языков Юго-Восточной Азии, где нет слова, обозначающего местоимение «я». Она, в частности, пишет: «Даже в языках Юго-Восточной Азии, о которых писали часто как о не имеющих слов для понятия «я» в «чистом», «незамутненном» виде, на самом деле такие слова есть» [2, с. 383]. Эти слова выполняют функ-

цию обозначения «я» именно через структуры, компенсирующие отсутствие непосредственно обозначающего «я» слова. Но при этом теряются важные смысловые оттенки и возможности выражения богатства значений, имеющих в языках, где непосредственно присутствуют местоимение «я». Поэтому и изменение онтологической функции глагола «быть» несомненно компенсируется в целостном функционировании западных языков, но теряется именно богатство смыслового объема понимания бытия, непосредственность переживания и понимания существования самого по себе. Универсум значений западных языков замыкается сам на себя именно процессуально и не механически. Процесс потери бытия в самопонимании современного человека и есть процесс органического, плавного деградирования способности переживать и понимать собственное отдельное существование и целостное бытие.

Таким образом, изменение самого процесса понимания бытия под воздействием специфики грамматических структур ставит проблему обоснования инвариантного смысла бытия в плоскость взаимодействия философских и лингвистических исследований этой проблемы.

Кроме того, в качестве вывода о состоянии разработки этой проблемы можно констатировать существенную зависимость от онтологии исследований по гносеологическому, антропологическому, аксиологическому и социально-философскому обоснованию инвариантного смысла бытия разнородных субъектов.

### **Список литературы:**

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М. Добросвет, 2010
2. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. - М.: Русские словари, 1996
3. Мамардашвили М.К., Пятигорский А.М. Символ и сознание. - М.: 1984
4. Петухова Т.Н. Теоретико-методологический анализ понятия «толерантность» // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия Право. № 20 (279), 2012, с. 18-23
5. Сартр Ж.П. Бытие и ничто. Опыт феноменологической онтологии. СПб., 2000
6. Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. / Сб. статей под редакцией Н.А. Купиной и М.Б. Хомякова. М. ОЛМА-ПРЕСС, 2005
7. Фромм Э. Иметь или быть. - М.: Прогресс, 1990

8. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. - СПб.: А-cad, 1994
9. Хайдеггер М. Бытие и время. М.: AD MARGINEM, 1997

**ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА В ВУЗЕ:  
СОВЕРМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ  
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

**Пфлюг Вера Павловна**

*кандидат педагогических наук, доцент*

*Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета*

**TEACHING PRACTICE IN HIGH SCHOOL:  
CURRENT STATUS AND DIRECTIONS OF PERFECTION**

**Pflug Vera Pavlovna**

*candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor*

*Perm State humanitarian and Pedagogical University*

**АННОТАЦИЯ**

Статья посвящена вопросу организации взаимодействия педагогического вуза с работодателями и бизнесом посредством проведения студенческой практики. Особое внимание уделено описанию специфики педагогической практики и ее значению в приобретении опыта профессиональной деятельности, выявленных в результате анкетирования студентов – будущих учителей экономики. Также в исследовании приведены некоторые рекомендации по совершенствованию взаимодействия педагогического вуза с работодателями и представителями бизнес.

**ABSTRACT**

The article focuses on the organization of interaction of pedagogical high school with employers and businesses through student internships. Particular attention is given to describing the specifics of teaching practice and its value at the acquisition of professional experience, revealed as a result of questioning of students - future teachers of economy. Also, the study shows some recommendations for improving the interaction of pedagogical high school with employers and representatives of the business.

**Ключевые слова:** педагогическая практика, квалификационные требования, трудоустройство.

**Keywords:** pedagogical practice, qualifications and employment.

На современном этапе развития российское общество предъявляет новые требования к уровню подготовки будущего педагога. При этом качественная подготовка выпускника педагогического вуза предполагает глубину и прочность профессиональных знаний, умение применять их на практике, а также приобретение конкретных навыков, характеризующих практическую ценность будущего специалиста, умеющего выполнять функции, определенные квалифи-

кационной характеристикой. Эти и без того серьезные требования в ближайшем будущем могут стать еще более жесткими, так как на уровне правительства разрабатываются квалификационные требования к специалистам разных профессий, внедрение которых планируется в 2016 – 2017 годах. Так, например, учитель [2] обязан будет уметь работать со всеми категориями детей, быть профессиональным психологом, владеть иностранным языком, вести проектную деятельность и полевую практику, а также организовывать экскурсии и походы. Очевидно, что подготовка такого специалиста не возможна только в рамках аудиторной работы вуза. Не малую роль здесь приобретает организация высшим учебным заведением взаимодействия с потенциальными работодателями, бизнесом, обществом. Разрешение проблемы подготовки необходимых школе специалистов возможно только при тесном взаимодействии всех перечисленных участников. Одним из традиционных способов такого взаимодействия в Пермском государственном гуманитарно-педагогическом университете (ПГГПУ) является студенческая педагогическая практика.

Цель педагогической практики состоит в подготовке студента к осуществлению процесса обучения и воспитания с учетом специфики преподаваемого предмета, а также к широкой профессиональной деятельности, требующей общих социально-экономических знаний и аналитических подходов к преподаванию экономики в образовательных учреждениях.

План педагогической практики предполагает выполнение студентом широкого спектра мероприятий, начиная со знакомства с административно-педагогическим составом школы, распорядком работы и миссией образовательного учреждения, коллективом учащихся, заканчивая реальной воспитательно-педагогической (проведением уроков, внеклассных мероприятий) и исследовательской (сбор материала для выпускной квалификационной работы) деятельностью.

Таким образом, педагогическую практику обоснованно можно считать одним из важных этапов в становлении будущего профессионала. Но, тем не менее, в рамках данного исследования интересным будет выявить мнение самих студентов

о значимости педагогической практики в их профессиональной подготовке. С этой целью было проведено анкетирование среди будущих учителей экономики студентов-бакалавров 4 курса, в котором приняло участие 27 человек.

На вопрос «Нужна ли профессиональная практика во время обучения в вузе?» 100% респондентов ответили утвердительно. Рейтинг обоснований, которые при этом дали студенты, приведен ниже:

- «дает опыт педагогической деятельности и выступления перед публикой» – 10 человек (37% респондентов);
- «позволяет закрепить теоретические знания, полученные ранее» – 5 человек (18,6% респондентов);
- «позволяет студенту окунуться в педагогическую сферу», «помогает понять, хочешь и будешь ты работать в этой профессии или нет» и «дает представление о будущей профессии со стороны работника» – по 3 человека (по 11,1 % респондентов);
- «помогает научиться работать с детьми» – 2 человека (7,4% респондентов);
- «снижает страх (стресс от неопределенности) роли учителя» – 1 человек (3,7% респондентов).

Как видим, большинство студентов значимость практики видят именно в возможности получить необходимый профессиональный опыт.

На вопрос «Какую роль, по вашему мнению, педагогическая практика играет в получении необходимых профессиональных умений и навыков?» были получены следующие варианты ответа: «особую, важную роль» – 15 человек (55,5% от общей численности респондентов), «вспомогательную, второстепенную» – 12 человек (44,5% респондентов). Вариант ответа «не играет никакой роли» не выбрал никто. Это говорит о том, что, по мнению студентов, педагогическая практика играет важную роль в получении необходимых профессиональных умений и навыков.

Отвечая на вопрос «Что для вас педагогическая практика?», наибольшее количество респондентов отметили, что воспринимают педагогическую практику как получение новых знаний (88,9%), как демонстрацию имеющихся зна-



ний и закрепление теории – 63% и 66,7% соответственно. Обращает на себя внимание тот факт, что только 1 студент рассматривает практику с позиции возможного дальнейшего трудоустройства.

Анкетирование также показало, что 19 студентов (70,4% от общего числа респондентов) считают, что одной практики недостаточно для получения необходимых профессиональных знаний, умений, навыков и опыта.

Варианты ответов на вопрос «Оказался ли теоретический уровень Ваших знаний достаточным для прохождения практики?» выглядят следующим образом. Удовлетворены уровнем полученной теоретической подготовки 22 респондента (81,5%) и 5 респондентов (18,5%) считают, что теоретический уровень их знаний для прохождения практики был недостаточным.

На вопрос «Изменилось ли у вас представление о будущей профессии после прохождения практики?» 40,7% респондентов ответили утвердительно, отметив, что:

- появилось больше конкретики в деятельности;
- профессия учителя требует сосредоточенности, терпения, знания возрастных особенностей учащихся, творческих умений, которые лучше всего применять на каждом уроке;
- профессия педагога является сложной, интересной и увлекательной.

Большая часть респондентов (59,3%) считают, что после прохождения практики их представление о профессии не поменялось. При этом 15 человек (55,6%) отметили, что уже давно определились с будущей профессией, для 5 человек (18,5%), чтобы до конца осознать специфику будущей деятельности, одной практики было недостаточно и 7 студентов (25,9%) поняли, что не хотят быть педагогом.

Не претендуя на исчерпывающий анализ проблемы, тем не менее, сделаем следующие выводы:

1. Студенты воспринимают педагогическую практику как возможность получения необходимого профессионального опыта. Более того, она, по их мнению, играет важную роль в получении необходимых профессиональ-

ных умений и навыков.

2. Для большинства студентов практика – это, в первую очередь, возможность получения новых знаний, а, во вторую – закрепление теоретических знаний и их демонстрация. При этом большинство студентов считают уровень теоретических знаний, полученных в вузе, достаточным. Налицо противоречие, разрешить которое можно, актуализировав, получаемые студентами знания, усилив практическую направленность образовательного процесса в вузе и усовершенствовав систему контроля знаний.
3. У студентов не сформировано восприятие практики как возможности для дальнейшего трудоустройства (только один респондент выбрал такой вариант ответа). В связи с этим можно рекомендовать руководителям практики на подготовительном этапе обращать внимание студентов на то, что практика это не только один из вариантов их академической аттестации, но и поиск возможности их дальнейшего трудоустройства.
4. Проведенное анкетирование показало, что для «вживания» в будущую профессию и получения необходимого опыта одной педагогической практики мало. Выходом здесь может быть включение в учебный план большего количества практик или увеличение часов имеющихся. А если это невозможно, то необходимо усилить практическую направленность образовательного процесса в вузе.

Анализ ряда источников [1; 3] и наш педагогический опыт позволил выявить следующие возможные направления осуществления (усиления) взаимодействия педагогического вуза с работодателями и бизнесом:

- добавить в учебный процесс встречи (круглые столы, семинары) с успешными представителями профессии, экскурсии в лучшие школы города, профессиональные пробы (например, подготовка и ведение семинаров в собственной группе или на младших курсах);
- участие студентов в конкурсах исследовательских работ, предметных олимпиадах, организуемых по инициативе административных и бизнес-структур;
- развитие системы партнерства по передаче знаний (наставничество),

предполагающее закрепление за выпускником, устроившимся на работу, куратора из числа преподавателей вуза либо еще на этапе обучения в вузе – куратора из организации, где в будущем этот выпускник будет работать;

- создание в вузе централизованной базы данных объединяющей в себе данные отделов по работе с выпускниками, бизнес-партнерами, потенциальными работодателями.

В заключение отметим, что в ПГГПУ взаимодействие с работодателями в форме педагогической практики успешно используется не первый год и получает положительные отзывы со стороны студентов. Поэтому при решении вопроса о том, какой быть практике в будущем, нужно, учтя положительный опыт прошлых лет, актуализировать как теоретическую, так и практическую подготовку будущих учителей, активно вовлекая в этот процесс потенциальных работодателей, представителей административных и бизнес структур.

#### **Список литературы:**

1. Афонин Ю., Гибсон М. Бизнес и высшее образование: опыт взаимодействия в Великобритании. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/16857106>
2. Лодыгина Е., Черных А. Учителям выдвинули повышенные требования. URL: <http://www.kommersant.ru/gallery/2363112>
3. Рыбкина Н. Как наладить взаимодействие вузовского и корпоративного образования. URL: <http://www.e-xecutive.ru/education/proeducation/1970397-kak-naladit-vzaimodeistvie-vuzovskogo-i-korporativnogo-obrazovaniya>

#### **О СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДАХ К ОБЕСПЕЧЕНИЮ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**Торсунова Элина Рафаэлевна**

*кандидат педагогических наук,*

*начальник учебно-методического управления*

*Пермского института экономики и финансов*

#### **ABOUT MODERN APPROACHES TO MAINTENANCE QUALITIES OF HIGHER EDUCATION**

**Torsunova Elina Rafaelevna**

*candidate of Pedagogical Sciences,*

*Head of the Educational Department*

*The Perm Institute of Economics and Finance*

#### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассматриваются новые подходы к обеспечению качества высшего образования. Приводится анализ нормативных документов, определяю-

щих вектор развития системы высшего образования. Обосновывается, что учет требований профессиональных стандартов при формировании образовательных программ высшего образования является эффективным управленческим решением, отражающим современные требования к развитию высшего образования в контексте изменяющейся экономики.

### ABSTRACT

In clause new approaches to maintenance of quality of higher education are considered. The analysis of the normative documents defining a vector of development of system of higher education is resulted. Proves, that the account of requirements of professional standards at formation of educational programs of higher education is the effective administrative decision reflecting modern requirements to development of higher education in a context of a changing economy.

**Ключевые слова:** качество образования, профессиональные стандарты, федеральные государственные образовательные стандарты, образовательная программа.

**Keywords:** quality of education, professional standards, federal state educational standards, educational program.

Современная экономика и рынок труда ставят новые задачи перед системой высшего образования. Наиболее актуальной на данном этапе является проблема управления качеством образования. Обеспечение качества образования рассматривается как фактор повышения уровня и качества жизни населения.

В педагогических исследованиях существуют различные подходы в понимании сущности качества образования. Согласно одному из них – философскому, оно рассматривается как совокупность сущностных свойств образования, отличающих его от других социальных явлений и позволяющих выполнять функции обучения, воспитания и развития [3]. Существует управленческий аспект качества образования, согласно которому, его можно рассматривать как соответствие результатов образования потребностям общества, государства, личности. Результаты образования должны отражать интересы потребителей образовательных услуг. Качество образования, определяемое с позиции управленческого подхода, представлено во многих педагогических исследованиях и является достаточно разработанным направлением. Оно широко освещено в работах В.А. Кальней, А.М. Моисеева, М.М. Поташника, А.И. Севрука, А.И. Субетто, П.И. Третьякова, С.Е. Шишова и др.

В педагогических исследованиях выделяют следующие структурные эле-

менты качества образования:

- качество условий образования;
- качество реализации образовательного процесса;
- качество результатов образования.

Качество результатов образования во многом обусловлено уровнем профессиональной подготовки студентов в вузе. Одной из основных задач высшего образования является подготовка кадров, способных и готовых решать профессиональные задачи в рамках определенного вида или видов профессиональной деятельности.

Ключевым механизмом обеспечения качества образования является сотрудничество высшей школы с субъектами сферы труда. Принципиально важно готовить выпускников, ориентированных на эффективную практическую деятельность. Трудоустройство выпускников во многом определяется востребованностью имеющихся у них знаний, умений, опыта деятельности, а, следовательно, соответствием образовательных программ вуза требованиям работодателей.

Требования работодателей к работникам сформулированы в профессиональных стандартах.

По мнению Волошиной И.А., исполнительного директора «Национального агентства развития квалификаций» Российского союза промышленников и предпринимателей, профессиональный стандарт – «документ, раскрывающий с позиции сферы труда (объединений работодателей (и/или профессиональных сообществ)) содержание профессиональной деятельности в рамках определенного вида экономической деятельности, а также требования к квалификации работников [1, с. 3]». В Трудовом кодексе РФ профессиональный стандарт определяется как «характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности [4]».

Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», вступивший в силу 1 сентября 2013 г., зафиксировал роль профессиональных стандартов в системе образования:

- использование положений профессиональных стандартов при разработке соответствующих ФГОС профессионального образования;
- формирование и утверждение программ профессионального обучения на основе установленных профессиональных стандартов;
- организация квалификационного экзамена в пределах требований, указанных в профессиональных стандартах по соответствующим профессиям рабочих, должностям служащих;
- учет требований профессиональных стандартов при проведении профессионально-общественной аккредитации профессиональных образовательных программ;
- установление требований к должностям руководителей, педагогических работников и иных работников образовательных организаций на основе профессиональных стандартов.

В профессиональном стандарте зафиксированы обобщенные трудовые функции, которые представляют собой совокупность взаимосвязанных трудовых функций. Трудовая функция рассматривается как конкретный вид поручаемой работнику работы и раскрывается через указание трудовых действий и необходимых умений и знаний. Для каждой трудовой функции определен уровень квалификации. Образовательные программы в профессиональных стандартах рассматриваются как основные пути достижения определенного уровня квалификации.

Например, в профессиональном стандарте «Специалист по информационным системам» приводятся следующие обобщенные трудовые функции [2]:

- Техническая поддержка процессов создания (модификации) и сопровождения ИС, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы (А) – четвертый уровень квалификации;
- Выполнение работ по созданию (модификации) и сопровождению ИС, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы (В) – пятый уровень квалификации;
- Выполнение работ и управление работами по созданию (модификации)

и сопровождению ИС, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы (С) – шестой уровень квалификации;

- Управление работами по сопровождению и проектами создания (модификации) ИС, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы (D) – седьмой уровень квалификации.

Пятому и шестому уровням квалификации в данном профессиональном стандарте соответствуют образовательные программы бакалавриата, а седьмому уровню – образовательные программы специалитета и магистратуры.

В настоящее время идет процесс подготовки федеральных государственных образовательных стандартов четвертого поколения (ФГОС 4), учитывающих профессиональные стандарты. Новые образовательные стандарты разрабатываются для укрупненной группы профессий, направлений подготовки и специальностей, тем самым обеспечивается преемственность образовательных программ. В проекте ФГОС 4 единые универсальные компетенции заданы для образовательного уровня, общепрофессиональные компетенции – для каждой укрупненной группы. Профессиональные компетенции должны будут формулировать разработчики образовательных программ с учетом положений профессиональных стандартов.

Обязательным условием для введения ФГОС 4 является наличие профессионального стандарта по сопоставимому с данным направлением подготовки или специальностью виду профессиональной деятельности.

Рамочный характер ФГОС 4 расширяет возможности вузов в плане формирования основных образовательных программ, в том числе в части проектирования результатов ее освоения. Важным инструментом для формирования образовательных программ является анализ трудовых функций, отраженных в профессиональных стандартах, и как производную от этих функций тех знаний и умений, которые необходимы для их эффективного выполнения.

Качество образования во многом обусловлено качеством разработанной вузом основной образовательной программы, направленной на формирование востребованных работодателями компетенций выпускников вузов. При разра-

ботке рабочих программ дисциплин, программ практик, государственной итоговой аттестации, при заключении договоров с предприятиями и организациями о местах предоставления баз практик необходимо учитывать сферу полномочий и круг ответственности, соответствующие данному уровню квалификации. Образовательная программа должна отражать интересы общества, государства, отдельной личности, а также интересы сообщества работодателей, большая часть требований которых к профессиональным качествам выпускников представлена в профессиональных стандартах.

### **Список литературы:**

1. Белков Б. Чем отличается профессиональный стандарт от образовательного стандарта? URL: <http://www.expertclub.ru/sections/hr/publications/5>.
2. Приказ Минтруда России от 18.11.2014 № 896н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным системам»
3. Сластенин В.А. Качество образования как социально-педагогический феномен // Педагогическое образование и наука. 2005. № 3. С. 69.
4. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 05.10.2015)

## **РОЛЬ СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ В ПРОЦЕССЕ РАЗВИТИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В РОССИИ**

**Чекан Игорь Эдуардович**  
*старший преподаватель*

*Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

## **ROLE OF SPORTS INDUSTRY DEVELOPMENT OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS IN RUSSIA**

**Chekan Igor Eduardovich**  
*senior lecturer*

*Perm Institute(Branch) of Plekhanov Russian University of Economics*

### **АННОТАЦИЯ**

Цель статьи – рассмотреть исследование модели взаимодействия научных и физкультурно-спортивных организаций в рамках государственно-частного партнерства, показать необходимость выработки новых и совершенствование уже опробованных финансовых взаимодействий в сфере физической культуры и спорта в условиях совершенной рыночной экономики для привлечения средств частного бизнеса в развитие спортивной инфраструктуры, которые позволяют активно развивать спортивно-зрелищную индустрию, спортивную промышленность, обеспечить доступность спортивных и физкультурных услуг.

### **ABSTRACT**

Purpose of the article - to consider the study of the model of interaction of sci-



ence and sports and sports organizations in the framework of public-private partnership, show the need to develop new and improve already proven financial cooperation in the sphere of physical culture and sports in a perfect market economy to attract funds of private business in development of sports infrastructure that will vigorously develop sports and entertainment industry, the sports industry, to ensure the availability of sports and physical education services.

**Ключевые слова:** понятие «индустрии спорта» и ее сегменты, субъекты индустрии спорта, целевые программы, физкультурное воспитание личности.

**Key words:** the concept of "sports industry" and its segments, the subjects sports industry, targeted programs, physical education of the person.

По расчетам Филадельфийского экономического центра прибыль «спортивной индустрии» в США с конца 80-х до начала 90-х годов текущего столетия составила около 50 млрд. долларов и превзошла прибыль нефтяной промышленности (40 млрд. долларов), бирж (33 млрд. долларов), радио и телевидения (13 млрд. долларов).

В нашей стране, несмотря на острый дефицит федерального бюджета, статистика до сих пор не в состоянии полностью измерить даже количественные масштабы сети действующих спортивных сооружений, не говоря уже об их качестве (новизне, совершенстве, мощности и тому подобное), а также результатах финансовой деятельности. Фактически отсутствуют статистические методики, позволяющие оценить степень обеспеченности населения в объектах материально-технической базы физкультурного движения и потребности рынка в производстве спортивного снаряжения и инвентаря, что, безусловно, наносит вред и не содействует реализации усилий государства, направленных на выход общества из глубокого социально-экономического кризиса [6].

Недостаточно развито использование модели взаимодействия научных и физкультурно-спортивных организаций в рамках государственно-частного партнерства (ГЧП). Необходима выработка новых и совершенствование уже опробованных финансовых взаимодействий в сфере физической культуры и спорта в условиях современной рыночной экономики для привлечения средств частного бизнеса в развитие спортивной инфраструктуры, которые позволяют активно развивать спортивно-зрелищную индустрию, спортивную промышлен-

ность, обеспечивают доступность спортивных и физкультурных услуг.

Одним из первых, кто использовал понятие «индустрия спорта», стал Ф. Шааф в исследовании «Спортивный маркетинг».

Автор говорит, что в индустрии спорта особые производственные отношения складываются между людьми в процессе производства, распределения, обмена и потребления тех специфических продуктов, которые производятся в индустрии спорта. Также он выделяет особенности индустрии спорта, в которой производятся и потребляются спортивные продукты.

Выделяют десять основных сегментов индустрии спорта: профессиональный спорт, оздоровительный спорт, детский спорт, массовый спорт, школьный спорт, дворовый спорт, студенческий спорт, корпоративный спорт, спорт ветеранов, спорт для лиц с ограниченными возможностями.

Каждый сегмент индустрии выполняет определенные функции. А, так как спорт – это социально-значимая сфера, то функции носят, прежде всего, социальный характер. Выделяют две социально-значимые функции спорта: здоровье нации и спортивные достижения как международный имидж страны. Соответственно, все сегменты индустрии можно разделить по характеру функций, которые они несут:

1. здоровье нации;
2. спортивные достижения;
3. оздоровительный спорт;
4. профессиональный спорт;
5. массовый спорт;
6. спорт ветеранов;
7. школьный спорт;
8. дворовый спорт;
9. корпоративный спорт;
10. спорт для лиц с ограниченными возможностями;
11. детский спорт;
12. студенческий спорт.

Мы уже пришли к выводу, что индустрия спорта – это сфера экономических отношений, а, значит, существуют участники или субъекты этих отношений, которые играют свою роль, имеют свои задачи, выполняют определенные функции, преследуют определенные конкурентные цели и имеют свой экономический интерес. Инструменты привлечения дохода здесь распределяются в диапазоне от государственных программ финансирования до монетизации спроса: государственное финансирование; монетизация спроса; детский спорт; профессиональный спорт; массовый спорт; оздоровительный спорт.

Так как государство заинтересовано в оздоровлении нации и спортивных достижениях страны, оно будет активно содействовать популяризации спорта в первую очередь базового уровня: детского спорта и массового. Пример: бесплатные спортивные площадки и секции. Когда речь идет о профессиональном и оздоровительном спорте, то нельзя сказать, что государство не оказывает помощь этим сегментам. Однако в сегментах продвинутого уровня включаются уже совершенно иные механизмы: в этой сфере главной целью спортивных функционеров становится прибыль. Если речь идет об оздоровительном спорте, то, в конечном счете, это сети фитнес-залов, специальное оборудование, спортивные инструкторы [7]. Если речь идет о профессиональном спорте, то это монетизация достижений спортсмена, получение прибыли от турниров и т.д. Существуют разные подходы к выделению субъектов индустрии спорта и их характеристики.

Ф. Шааф, например, выделяет пять основных групп: покупатели услуг (СМИ, спонсоры, организаторы, лица, желающие получить права на лицензирование розничной торговли); продавцы (спортивные лиги, представители команд, органы, выдающие лицензии, спортивные организаторы); служащие всех задействованных в соревнованиях структур; спортсмены; крупные группы, осуществляющие инвестиции в спорт через спонсорство [11].

К. Брукс рассматривает индустрию спорта с позиций внутреннего мира индустрии спорта и внешнего окружения спортивной действительности. Она выделяет два уровня рынка: первичный и вторичный. Первичный рынок составляют

непосредственные участники спорта, как реальные производители создаваемого спортивного продукта: зрители, которые являются основными потребителями сути спортивного продукта; волонтеры. Вторичный рынок включает в себя: объявителей символики команд; спонсоров; потребителей символики.

Соответственно, структура индустрии этого спортивного сегмента напоминает структуру медиабизнеса: продажа услуги (входные билеты на мероприятия) и продажа аудитории заинтересованным бизнес-структурам (спонсорство, продажа прав на телетрансляции, мерчендайзинг).

В многообразии моделей коммуникаций можно выделить несколько наиболее подходящих для применения в спортивной сфере. Рассмотрим классификацию Г.Г. Почепцова:

- модель коммуникации с точки зрения PR, рекламы и пропаганды;
- социологические и психологические модели коммуникации;
- семиотические модели коммуникации: в психологии и социологии были открыты многие интересные модели коммуникации. Анализ коммуникации активно осуществляется на стыке их современных научных подходов;
- модели психотерапевтической коммуникации;
- модели мифологической коммуникации;
- модели аргументирующей коммуникации;
- модели имиджевой коммуникации;
- модели пропагандистской коммуникации.

Весьма эффективным инструментом управления событиями и процессами в физкультурно-спортивной сфере являются целевые программы. С помощью целевых программ государственные органы, муниципальные образования реализуют крупномасштабные цели и проекты в среднесрочном или долгосрочном периоде [10].

Как правило, целевые программы представляют собой публично-правовой документ, доступный для ознакомления широким кругам общественности, в котором определяются цели программы, сроки ее реализации, источники финансирования, исполнители, способы контроля и ожидаемые результа-

ты на каждом этапе или по завершении программы.

В сфере физической культуры и спорта обычно используется несколько типов целевых программ, которые осуществляются:

1. Международным Олимпийским комитетом в области поддержки инвалидного спорта, олимпийского образования, спорта в бедных странах и т.д.
2. Международными спортивными организациями и федерациями по антидопингу, по защите окружающей среды, по пресечению шовинизма и расизма в среде болельщиков и спортсменов.
3. На территории ряда стран, подписавших соответствующие международные соглашения (например, в области развития женского спорта, строительства спортсооружений и проч.).
4. Отдельными государствами по особым приоритетным направлениям (например, «Молодежь и спорт», «Инвалидный спорт», «Спорт для пожилых»).
5. Областными, краевыми и муниципальными властями в рамках своих территорий. При этом целевые программы носят либо узкоспециализированный характер (т.е. предназначены для поддержки одного или нескольких направлений физкультурно-спортивной деятельности), либо системный, комплексный характер (направлены на поддержку физкультурно-спортивного движения в целом) [4].

Потребность в движениях, потребность в физическом совершенствовании, потребность в сохранении и укреплении здоровья – вот психологические основы мотивации занятий физической культурой и спортом, которые должны быть взяты на вооружение педагогами, занятыми на всех уровнях спортивной отрасли. На основе высокоразвитого интереса к занятиям физической культурой и спортом необходимо формировать потребность в физическом самосовершенствовании, сохранении и укреплении здоровья. Эта потребность должна сохраняться у человека на протяжении всей его жизни.

Особенностью физической культуры современного общества является наличие двух уровней этого вида культуры: спортивного, который иногда называют элитарным, и массового, призванного обеспечить развитие физических

кондиций и укрепление здоровья основной части населения. Взаимодействие этих уровней не всегда соответствует реализации социальных задач и той роли, которую общество отводит физической культуре [7].

Говоря о перспективах повышения эффективности массовой физической культуры, следует особо остановиться на эмоциональном аспекте процесса занятий. Важнейшим эмоциональным фактором в освоении ценностей физической культуры является получение быстрого эффекта от физкультурно-спортивных занятий. Поэтому приоритет в развитии физкультурно-оздоровительных форм должен отдаваться пользующимся популярностью видам физической активности, например, таким, как шейпинг, ритмическая или атлетическая гимнастика, дающим быстрые результаты в физической подготовленности, коррекции фигуры, снижении массы тела. Успех, даже небольшая победа над собой – это потенция, превращающая человека в субъект осознанного воздействия на собственное здоровье.

В современной теории массовой физической культуры все четче формируется тенденция использования культурологического подхода при рассмотрении физической культуры и механизма ее формирования каждой личности. В связи с этим правильнее ставится акцент не на «физическом», а на «физкультурном» воспитании человека. Если «физическое» традиционно ассоциируется на двигательном, биологическом, то в термине «физкультурное» присутствует культура, то есть воспитание через культуру, посредством освоения ценностного потенциала физической культуры.

В соответствии с разработанной современной классификацией в потенциале физической культуры выделяют его интеллектуальные, двигательные, технологические, интенционные и мобилизационные ценности.

Интеллектуальные ценности представляет собой знание о методах и средствах развития физического потенциала человека как основы организации его физической активности, закаливания и здорового стиля жизни.

К ценностям двигательного характера относят лучшие образцы локомоторной деятельности, достигаемые в процессе физического воспитания и спор-

тивной подготовки, личные достижения в двигательной подготовленности человека, его реальный физический потенциал [1].

Ценности технологий формирования физической культуры это различные комплексы методических руководств, практических рекомендаций, методики оздоровительной и спортивной тренировки – все то, что наработано специалистами для обеспечения процесса физической и спортивной подготовки. Важными, еще недостаточно применимыми, ценностями физической культуры являются ценности интенционального характера, отражающие сформированность общественного мнения, престижность физической культуры в данном обществе, ее популярность у различных категорий людей, а главное, их желание и готовность к постоянному развитию и совершенствованию потенциала своей физической культуры.

Перспективным в освоении ценностей интенционального характера может стать активное влияние средств массовой информации на формирование ментальных ориентаций общества на здоровье нации путем пропаганды здорового образа жизни, идей охраны природы человека, создания спортивного имиджа делового человека, своеобразной моды здоровья, силы, выносливости, физической красоты человека.

Особое значение для подготовки жизнеспособного и социально активного молодого поколения имеет освоение детьми и молодежью мобилизационных ценностей физической культуры. К их числу относятся воспитываемая физкультурными и спортивными занятиями способность к рациональной организации своего бюджета времени, внутренняя дисциплина, собранность, быстрота оценки ситуации и принятия решения, настойчивость в достижении поставленной цели, умение спокойно пережить неудачу и даже поражение, наконец, просто «выкрутиться» из сложной ситуации.

За последние годы наметилась положительная тенденция в развитии физической культуры и спорта в стране. Это позволило улучшить материально-техническую, нормативно-правовую, организационную, научно-образовательную и пропагандистскую базу физкультурного движения.

Российские спортсмены достойно представляют нашу страну на крупнейших международных соревнованиях, включая Олимпийские игры. Россия становится все более привлекательной для проведения на ее территории крупнейших международных спортивных мероприятий и соревнований.

Вместе с тем, исходя из глобальных задач, стоящих перед физкультурным движением по повышению вклада отрасли в социально-экономическое развитие страны, необходимо существенно увеличить число российских граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом, ведущих здоровый образ жизни.

### **Список литературы:**

1. Блеер А.Н. Терминология спорта: Толковый словарь-справочник /А.Н. Блеер, Ф.П. Суслов, Д.А. Тышлер. - М.: Академия, 2010.
2. Галкин В.В. Экономика и управление ФКиС: Уч. пособ. для ВУЗов - Ростов н/Д.: Феникс, 2006.
3. Гусева Е.П. Менеджмент; учебно-методический комплекс М.: Изд. центр ЕАОИ. 2008.
4. Жолдак В. И. Основы менеджмента в спорте и туризме. Т. 3. Технология и техника управления: Учебник для ОУ - М.: Советский спорт, 2001.
5. Зиновьев В.Н. Менеджмент: Учебное пособие /В.Н. Зиновьев, И.В. Зиновьева.-3-е изд.-М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010.
6. Курбатов В.И., Курбатова О.В. Социальное проектирование / В.И. Курбатов, О.В. Курбатова. Ростов н/Д.: «Феникс», 2001.
7. Леднев В.А. Роль бизнеса в развитии индустрии спорта. Газета «Спорт и право», 3 (5) 2011, 01 июля 2011, с. 7-9.
8. Николаева Т.И. Менеджмент: учебное пособие.-М.: КНОРУС, 2008.-320с.
9. Попов М.В., Середа В.А. Физкультурно-массовая работа на Урале в конце 1920-х начале 1930-х гг. // Патриотическое воспитание как условие возрождение России: доклады Всероссийской научной конференции (19 февраля 2013 г.). Екатеринбург, 2013.
10. Починкин А.В. Экономика физической культуры и спорта: Уч. пособ. для ВУЗов - Малаховка, 2008.
11. Шааф Ф. Спортивный маркетинг: Пер. с англ. — М.: Филинь, 1998.



*Научное издание*

***Современная торговля:  
теория, практика, инновации***

***Материалы  
VI Всероссийской  
научно-практической конференции  
с международным участием,  
посвященной 20-летию работы учебного заведения  
по программам высшего профессионального образования***

***10-18 ноября 2015 г.***

***г. Пермь***

**Том 1**

Компьютерная верстка – А.А. Игнатьева

Формат 60х90 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага для ВХИ  
Усл. печ. л. 18,75. Тираж 500 экз. Заказ № 102

---

Отпечатано с готового оригинал-макета в типографии «МиГ»  
г. Пермь, ул. Попова, 9. Тел. (342) 210-36-40