

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ:
ПОЗИЦИЯ МОЛОДЫХ
ЧАСТЬ 1

Материалы Всероссийской студенческой
научно-практической конференции,
28-29 апреля 2016 г.

Челябинск
2016

УДК 373.3

ББК 74.46

А 43

Актуальные проблемы образования: позиция молодых: материалы Всероссийск. студ. науч.-практ. конференции. 28-29 апреля 2016 г., часть 1 / ред. кол., Е.А. Гнатышина, М.В. Потапова и др. – Челябинск: Изд-во "Золотой феникс", 2016. – 354 с.

ISBN 978-5-906752-10-9

В сборник включены результаты научных исследований учащихся и студентов из образовательных учреждений России, объединенных научным движением «Академия успеха» и изучением проблемы совершенствования условий обучения и воспитания современного человека.

В статьях раскрыты вопросы психолого-педагогической подготовки педагогов профессионального обучения, рассмотрены проблемы формирования ценностных ориентаций молодежи в современных условиях развития общества, современные информационные технологии в образовании и инновационные технологии в экономике.

Материалы конференции представляют интерес для руководителей, преподавателей образовательных учреждений, специалистов органов управления образованием, аспирантов, студентов и учащихся, изучающих проблемы развития и совершенствования профессионального образования.

Материалы опубликованы в авторской редакции.

ISBN 978-5-906752-10-9

Редакционная коллегия

Е.А. Гнатышина – д-р пед. наук, профессор ЧГПУ

М.В. Потапова – д-р пед. наук, профессор ЧГПУ

А.А. Саламатов – д-р пед. наук, профессор ЧГПУ

Н.В. Уварина – д-р пед. наук, профессор ЧГПУ

Н.Ю. Корнеева – канд. пед. наук, доцент ЧГПУ

А.В. Савченков – канд. пед. наук, доцент ЧГПУ

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ I. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ, УПРАВЛЕНИИ И ОБРАЗОВАНИИ

Агатамова А.К., Тюнин А.И. Межпредметные связи экономики и географии.....	11
Андрянова А., Кострюкова Л.А. Региональное управление как наука.....	12
Айбулатова А., Кострюкова Л.А. Конкуренция в банковской системе Челябинской области.....	13
Безносова В.А., Евлова Е.В. Ролевая игра, как эффективный метод формирования профессиональной компетентности будущих экономистов.....	16
Безносова В.А., Кострюкова Л.А. Негосударственные пенсионные фонды, как источник решения проблем достойного пенсионного финансирования.....	18
Безукладицына М.В., Кострюкова Л.А. Роль кредита в современной рыночной экономике.....	21
Беспоместных Е.И., Кострюкова Л.А. Финансовая система в Российской Федерации.....	24
Борзыкина К.А. Анализ понятия "организация труда".....	25
Ветлугина Т.В., Тюнин А.И. Применение производственной функции Кобба-Дугласа при решении задач современной экономики.....	28
Волошенко Н.С., Базавлуцкая Л.М. Основные виды маркетинга. Виды маркетинга по территориям охвата.....	30
Волхонцева М.В. Факторы и показатели миграционной привлекательности территории.....	32
Гамзатова Д.А., Кострюкова Л.А. Проблема теневого оборота в малой предпринимательской деятельности.....	34
Глазнева С., Кострюкова Л.А. Рыночный механизм и его функции.....	35
Горожанцева Н.В., Кострюкова Л.А. Особенности развития региональных банков РФ.....	37
Григорьева А.В., Борисенко Я.М. Поколение Z.....	39
Губайдуллина Е.Р. Гендерная дискриминация в сфере труда и занятости.....	41
Дерябина А.В., Ничков К.М., Кострюкова Л.А. Финансирование детско-юношеских спортивных школ.....	43
Дзюба К.А., Кондаурова А.А., Федорова К.А. Основные направления налоговой политики Российской Федерации.....	44
Дрёмина А. К., Кострюкова Л.А. Кредит и его роль в экономике.....	47
Дудырева М.А., Кострюкова Л.А. Банковская система.....	49
Дьякова В.И., Тюнин А.И. Занятость и безработица населения Челябинской области.....	50

Евстифеева Д.С., Кострюкова Л.А. Проблемы и перспективы современного кредитования в России.....	52
Егорова Н.И., Евлова Е.В. Реализация метода проектов в процессе обучения экономическим дисциплинам.....	54
Егорова Н.И., Кострюкова Л.А. Финансовая политика Российской Федерации.....	55
Закирова А.Г., Кострюкова Л.А. Стратегия социально – экономического развития регионов в Российской Федерации.....	57
Зенкова С.С., Кострюкова Л.А. Анализ предпринимательских рисков, способы их минимизации.....	60
Золотухина О., Кострюкова Л.А. Влияние университетских структур на формирование сетевой среды региональной экономики.....	61
Ивашкова А.А., Кострюкова Л.А. Инфляция и ее социально-экономические последствия.....	63
Иващенко Н.К., Евлова Е.В. Методические рекомендации по разработке экономических тренингов.....	65
Иващенко Н.К., Кострюкова Л.А. К вопросу о банкротстве физических лиц.....	66
Иксанов Р.Н., Борисенко Я.М. Ребрендинг.....	68
Казрятов П., Кострюкова Л.А. Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия.....	69
Карманова Т.О., Тюнин А.И. Дефицит и профицит государственного бюджета.....	72
Кимейша А.Д., Борисенко Я.М. Туристический маркетинг.....	74
Киселева Д.С., Кострюкова Л.А. Бинарные опционы. Стратегии бинарных опционов.....	76
Кокарева И.Е., Борисенко Я.М. Анализ влияние цвета на потребителя.....	77
Колосова Ю.А., Гордеева Д.С. Пути совершенствования системы стимулирования сотрудников в условиях современных предприятий.....	79
Кондаурова А.А. , Федорова К.А. Особенности развития конкуренции в России.....	82
Костина В.Ю., Кострюкова Л.А. Теневая экономика в Российской Федерации и методы ее легализации.....	85
Кочкина К.В., Борисенко Я.М. Партизанский маркетинг.....	87
Красикова А.С., Плетнев Д.А. Методы оценки стратегий компании на основе стоимости.....	89
Курдюкова Л.А., Тюнин А.И. Проверка знаний учащихся на уроках экономики.....	93
Куровская Т.С., Борисенко Я.М. Деловая этика.....	95
Лобанова В.В., Борисенко Я.М. Социальный PR в образовании.....	97
Ломаева Ю.А., Кострюкова Л.А. Безработица – виды и социально-экономические последствия.....	98

Маренинов И.А., Кострюкова Л.А. Альтернативный подход к измерению эффективности управления активами инвестиционных фондов.....	100
Морозова О.Ф., Базавлуцкая Л.М. Основные направления и структура маркетингового анализа потребителей	103
Мухтяев К.С., Борисенко Я.М. Стимулирование сбыта продукции.....	106
Неряхина И.С., Кострюкова Л.А. Экономические последствия присоединения России к ВТО.....	108
Никифорова Ю.Н., Кострюкова Л.А. Финансовая система.....	109
Обвинникова О. А., Кострюкова Л. А. Кредитный риск и способы его минимизации.....	111
Осокина М.В., Гордеева Д.С. Характеристика системы отбора кадров в системе здравоохранения.....	113
Панов С., Кострюкова Л.А. Прогнозирования развития банковского сектора на 2016 год.....	115
Пахтусов В.А. Россия в условиях глобализации мирового хозяйства.....	117
Полякова А., Кострюкова Л.А. Управление денежными потоками предприятия.....	118
Пономарева Т.С., Кострюкова Л.А. Виды страхования в РФ.....	120
Плюснина А. А., Тюнин А.И. Особенности финансирования учреждений образования.....	122
Попова А., Кострюкова Л.А. Банковские пластиковые карты: преимущества и недостатки.....	124
Прессель А.Г., Евлова Е.В. Затраты на развитие туризма на Южном Урале.....	126
Прокопьева В.В., Евлова Е.В. К вопросу о мотивации профессиональной деятельности студентов.....	129
Прокопьева В., Кострюкова Л.А. Влияние кризиса на деятельность малого предпринимательства в Челябинской области	130
Ракчеева Е., Федорова К.А. Грантовая поддержка малого предпринимательства в условиях современного кризиса.....	132
Ракчеева Е., Кострюкова Л.А. Нанорайоны - территориальное общественное самоуправление.....	134
Рашитов Ф.А., Кострюкова Л.А. Конкуренция: ее виды и роль в экономическом развитии.....	137
Редреева М.А., Базавлуцкая Л.М. Проблема подготовки будущего преподавателя к профессиональной деятельности	139
Редреева А.А., Борисенко Я.М. Сарафанный маркетинг.....	141
Ременцева А.В., Кострюкова Л.А. Финансовая безопасность предприятий.....	143
Романова В.И., Кострюкова Л.А. Приоритетные направления регионального развития РФ.....	145

Романова В.И., Федорова К.А. Особенности менеджмента российских предприятий.....	147
Романова В.И., Федорова К.А. Особенности рынка труда в различные исторические периоды.....	150
Рощектаев С. С., Базавлуцкая Л.М. Основные виды маркетинга. Виды маркетинга в зависимости от спора	152
Рудова А.В., Кострюкова Л.А. Национальная экономическая безопасность и условия ее обеспечения.....	155
Семенова Д.О., Базавлуцкая Л.М. Менеджеристское направление в маркетинге.....	156
Сидоренко М.Е., Тюнин А.И. К вопросу о корпоративной и социальной ответственности бизнеса.....	159
Скоробренко И.А., Тюнин А.И. Сущность налоговой политики в РФ.....	161
Слащева Ю.А., Борисенко Я.М. Антикризисный маркетинг.....	163
Созыкина К., Кострюкова Л.А. Малое предпринимательство. Роль и проблемы развития.....	164
Спирченкова С., Кострюкова Л.А. Региональная политика РФ.....	167
Старцев А.В., Тюнин А.И. К вопросу о рынке несовершенной конкуренции.....	169
Ступников М., Кострюкова Л.А. Функции цены в рыночной экономике.....	171
Султанова И.А., Борисенко Я.М. Демаркетинг.....	173
Сутугина А.А., Федорова К.А. Малое предпринимательство-роль и проблемы развития.....	175
Сюмкина К.О., Борисенко Я.М. Перспективы развития сетевого маркетинга в 21 веке.....	177
Терехов А.О., Тюнин А.И. Формы внеурочной работы в преподавании экономики.....	179
Тетерина Е.А., Борисенко Я.М. Социальный маркетинг.....	181
Трушкина К.А., Тюнин А.И. Значение метапредметных связей экономики со школьными дисциплинами.....	183
Уфимцева М.В., Борисенко Я.М. Городской маркетинг	184
Фельдшерова Е.Д., Кострюкова Л.А. Современное состояние и перспективы развития безналичного денежного оборота в РФ.....	186
Фёдорова О.А., Борисенко Я.М. Маркетинговые технологии в интернет- продажах.....	188
Чеботарёва П.С., Федорова К.А. Проблема трудоустройства молодежи и пути ее решения.....	190
Черепанова Н.Ю., Кострюкова Л.А. Перспектива развития банковского сектора в 2016 году.....	192
Чижова О.В., Борисенко Я.М. Маркетинг впечатлений.....	194

Щербаков А.П. , Тюнин А.И. Специфика задач, предназначенных для контроля и самоконтроля на уроках экономики.....	196
Тырышкина Е.В., Борисенко Я.М. Консьюмеризм.....	198
Черняева Р.В., Кострюкова Л.А. Социальная политика в Российской Федерации.....	200
Шестова А.А., Кострюкова Л.А. Рынок труда и его особенности в РФ.....	202
Эпова Т.А. , Базавлуцкая Л.М. Инновационная политика в системе маркетинга.....	204
Юрова А.Ю., Евлова Е.В. Научно-технический прогресс, его сущность и влияние на развитие экономики.....	207
Яковлева Е.В., Тюнин А.И. Межпредметные связи экономики и математики.....	209
Якупова А.Р., Кострюкова Л.А. Роль и значение малого бизнеса в современной экономике России.....	211
Япарова А.О., Борисенко Я.М. Время как ресурс менеджера.....	215
Яхина Е.С., Борисенко Я.М. Мобильный маркетинг.....	217

РАЗДЕЛ II. СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Алексин Б.В., Носова Л.С. Особенности облачных сервисов для обработки аудиоинформации.....	219
Закиров Р.Г., Василькова Н.А. Модульное обучение в процессе преподавания темы "Особенности работы с растровым редактором "Adobe Photoshop"	220
Демяник А.Д., Черновол И.Г. Внедрение микропроцессорных технологий в образовательный процесс.....	223
Иванов Е.О., Василькова Н.А. Электронная рабочая тетрадь куратора студенческой группы.....	225
Малышев Г., Василькова Н.А. Метод Case-study при изучении вопроса "компиляция модулей"	228
Кунакбаев А. , Василькова Н.А. Учебно-методическое обеспечение темы "процедуры read, write, readln, writeln"	230
Мынзарар В., Гафарова Е.А. Организация внеаудиторной работы студентов колледжа на основе электронного учебного пособия по дисциплине «Компьютерные сети».....	233
Пикалов Д.М., Диденко Г.А. Особенности разработки и внедрения в учебный процесс электронных учебно-методических комплексов.....	235

РАЗДЕЛ III. ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ УЧАЩИХСЯ И СТУДЕНТОВ

<i>Дерябина А.В., Коняева Е.А.</i> Значение физической культуры и спорта в студенческой жизни.....	238
<i>Дзюба К.А., Коняева Е.А.</i> Профилактика Интернет-зависимости у студентов.....	239
<i>Хайрзаманова Р.Г.</i> Проблемы международной интеграции в высшем образовании на примере сотрудничества вузов Китая и России.....	241
<i>Храмцова Е.И., Нуруллина Э.С.</i> Основные проблемы развития туризма в России.....	244
<i>Шестова А.А., Дранкин М.А.</i> Flash-анимация как средство разработки социальной рекламы.....	245

РАЗДЕЛ IV. СОЦИАЛЬНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО СПЕЦИАЛИСТА

<i>Шестова А.А., Герцог Г.А.</i> Влияние Интернет-рекламы на жизнедеятельность людей: механизмы ее действия.....	251
---	-----

РАЗДЕЛ V. ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ

<i>Алексеев Н.К., Алексеева Е.М., Литке С.Г.</i> Психологические особенности личности киберспортсменов.....	255
<i>Артемьева И.В., Василенко Е.А.</i> К проблеме методов диагностики экзаменационного стресса у студентов вузов.....	257
<i>Беляева Т.Н., Коняева Е.А.</i> Адаптация студентов к условиям обучения в вузе.....	258
<i>Васильева Е.В., Ткаченко Е.Ю., Коняева Е.А.</i> Роль семьи в формировании личности ребенка.....	260
<i>Даданова Е.М., Борисенко Я.М.</i> Управление стрессом.....	263
<i>Дрёмина А. К., Савченков А.В.</i> Психолого-педагогическое сопровождение эмоциональной устойчивости студентов.....	264
<i>Горбачёв С.В., Криулина А.А.</i> Управление временем в образовательных учреждениях СПО как фактор эффективности профессиональной деятельности.....	266
<i>Горобец А.А.</i> Развитие адекватной самооценки подростков.....	268
<i>Загнойко В., Литке С.Г.</i> Психологические особенности спортсмена-конькобежца.....	269
<i>Зотова Л.С., Василенко Е.А.</i> Влияние экзаменационного стресса на успешность обучения студентов педагогического ВУЗа.....	271
<i>Зудова А.А.</i> Игровые технологии в развитии познавательного интереса учащихся.....	273
<i>Ермолаева К.М.</i> Развитие навыков межличностной коммуникации подростков в школьном театральном коллективе.....	274

Иващенко Н.К., Савченков А.В. Профессиональная адаптация молодого педагога.....	276
Ивашкова А. А., Савченков А.В. Развитие эмоциональной устойчивости будущих педагогов в высшем учебном заведении.....	278
Кабакова Д., Литке С.Г., Швецова Т.Ю. Изучение социально — психологических особенностей личности посредством славянского костюма.....	280
Казаков Н.Н., Литке С.Г. Целеполагание, как фактор успешности.....	285
Кулагина Е.А. Нетрадиционные техники рисования как средство развития мелкой моторики детей дошкольного возраста.....	288
Ключникова А.К. Особенности эмоционального выгорания педагогов.....	290
Моторин М.С., Шипилина Н.Б. Психологическая готовность подростков к получению паспорта гражданина Российской Федерации.....	292
Моторина А.А., Василенко Е.А. Сотрудничество школы и семьи в развитии самостоятельности у детей младшего школьного возраста.....	294
Неряхина И.С., Литке С.Г. Социально-психологическая компетентность как фактор повышения уровня личностной активности.....	297
Парфенова П.С., Гильманова Р.К., Шипилина Н.Б., Литке С.Г. Счастливый жизненный сценарий современного юношества.....	300
Поделко М.И., Литке С.Г. Психологические особенности личности спортсмена пауэрлифтера.....	304
Позднякова Н.Н., Литке С.Г. Философско-психологический аспект самовыражения художника посредством простоты изображения в рисунке.....	306
Ряхова А.Г., Тулькибаева Н.Н. Инновационная система воспитания мышления студентов технического вуза.....	319
Сидорова О.О. , Василенко Е.А. К вопросу о методах определения соционического типа личности.....	322
Слободчикова А.В., Литке С.Г. Взаимосвязь типов темперамента и коммуникативной компетенции.....	323
Созыкина К.А., Коняева Е.А. Проблемы межличностного взаимодействия студентов в вузе.....	326
Ступников М., Ничков К., Коняева Е.А. Проблемы развития творческого мышления у школьников.....	328
Хаова Е.А. Способы развития готовности детей к обучению в школе.....	330
Шаврина Е.А. Развитие памяти у детей младшего дошкольного возраста.....	331
Шестова А.А., Литке С.Г. Наблюдение как психотехнология развития социально-психологической компетентности.....	333

**РАЗДЕЛ VI. ПРАВОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ
КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ**

<i>Неряхина И.С., Чередникова М.В.</i>	
Понятие и признаки правового государства.....	337
<i>Черняева Р.В., Чередникова М.В.</i>	
Истоки теории разделения властей.....	338
<i>Слободчикова А.В., Чередникова М.В., Самсонова И.Г.</i>	
Авторское правона дизайн одежды	341
<i>Юрина Н. Д., Гордеева Д.С.</i>	
Содержание гражданско-правового договора (на примере образовательной сферы).....	342
<i>Якупова А.Р., Чередникова М.В.</i>	
Актуальные аспекты нормативно-правового регулирования адвокатской деятельности в РФ.....	345
 РАЗДЕЛ VII. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЗИОЛОГИИ И ПСИХОФИЗИОЛОГИИ	
<i>Дягилева Р., Байгужин П.А.</i>	
Структура виктимности студентов педагогического вуза.....	348
<i>Кузнецова Е.А., Байгужин П.А.</i>	
Особенности функционального состояния системы внешнего дыхания у студентов.....	351

РАЗДЕЛ I. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ, УПРАВЛЕНИИ И ОБРАЗОВАНИИ

*Агатамова А.К.
Тюнин А.И.
г. Челябинск*

МЕЖПРЕДМЕТНЫЕ СВЯЗИ ЭКОНОМИКИ И ГЕОГРАФИИ

Одна из важнейших задач современного образования – показать ребятам единство окружающего мира. Для формирования целостной картины мира целесообразно использовать на уроках межпредметные связи, с помощью которых школьники учатся видеть сходные законы и закономерности в развитии тех или иных процессов и явлений.

Актуальность данной темы заключается в том, что отличительной чертой нашего времени является взаимопроникновение идей и методов различных наук друг в друга. Интеграция, комплексный подход необходим для решения экономических, экологических и социальных проблем общества. В наше время взаимосвязь природы и общества особенно актуальна. При анализе происходящего пересекаются области географии, физики, химии, биологии, математики, экологии, литературы, истории. Обращение к знаниям в этих областях помогает раскрыть не только вопросы отдельных наук, но и увидеть неразрывную связь между учебными предметами.

Используя процесс интеграции наук в школьном обучении, реализующийся через межпредметные связи, можно достичь следующих результатов:

- знания приобретают качества системности;
- умения становятся обобщенными, способствуют комплексному применению знаний, их синтезу, переносу идей и методов из одной науки в другую, что лежит в основе творческого подхода к научной, художественной деятельности человека в современных условиях;
- усиливается мировоззренческая направленность познавательных интересов учащихся;
- более эффективно формируются их убеждения, и достигается всестороннее развитие личности; способствует оптимизации, интенсификации учебной и педагогической деятельности.

Экономика – предмет прикладного характера, и учащимся необходимо, в первую очередь, овладеть практическими умениями и навыками. Наряду с этим предполагается изучение и осмысление основных экономических процессов, явлений, законов и закономерностей.

Также межпредметные связи помогают реализовать личностно-ориентированный подход в обучении и воспитании. Учитель имеет возможность опереться на определенный круг интересов и увлечений учащихся. При этом учитываются основные принципы современного образовательного процесса (принцип вариативности обучения, принцип интеграции, принцип целостности содержания образования, принцип систематичности, принцип развивающего обучения, принцип самостоятельности и творческой активности учащихся).

Для эффективного использования межпредметных связей на уроках и во внеурочной деятельности, необходимо, на наш взгляд, знать важнейшие точки соприкосновения экономики с другими учебными дисциплинами.

Экономика современного общества сложна и разнообразна, и это разнообразие напрямую зависит от особенностей географического положения, природных условий, социальной структуры региона. В основе многих экономических проблем современного

общества лежат географические закономерности. С другой стороны, в любом курсе географии всегда содержатся вопросы, связанные с экономикой. Особо следует отметить курс “Экономической географии”. Фактически и в курсе географии, и в курсе экономики изучаются одни и те же явления и процессы с учетом специфика каждого предмета. Осуществляется отработка таких понятий, как специализация, разделение труда, кооперация, структура трудовых ресурсов, занятость и безработица, ресурсы и факторы производства, типология рынков, структура хозяйства страны, структура внешней торговли, производственная и непроизводственная сферы и многих других.

Реализация межпредметных связей требует совместного планирования учителями предметов естественнонаучного цикла комплексных форм учебной и внеклассной работы, которые предполагают знания ими учебников и программ смежных предметов.

Библиографический список

1. Хумарова И.В. Интеграция, межпредметные связи в школьных курсах географии при традиционной и инновационной системах обучения. [www.festival. 1 september. ru](http://www.festival.1september.ru)

2. Косик Т.С. Реализация межпредметных связей в преподавании географии. [www.festival. 1 september. Ru](http://www.festival.1september.ru)

3. Максаковский В.П. География. Экономическая и социальная география мира. 10 класс: учеб. для общеобразоват. учреждений –М.:Просвещение, 2012.

***Андрянова А.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

РЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК НАУКА

Региональное управление как одно из видов специального управления представляет собой определённые принципы, методы, формы и средства воздействия на хозяйственную деятельность региона.

С точки зрения современной российской практики региональный менеджмент — это управление социально-экономическими процессами в регионе при условии перехода его хозяйства к рыночным отношениям. [4]

Переход от плановой системы управления хозяйством региона к региональному управлению обусловлен рядом существенных изменений:

- развитие региона происходит с целью решения социальных проблем;
- формирование экономических условий для реализации принципов экономической свободы и хозяйственной самостоятельности всеми хозяйствующими субъектами региона;
- направление развития инвестиционной и структурной политики региона на спрос и потребности рынка [3]

Региональное управление можно рассматривать не только с практической стороны, но и с научной. В научной основе регионального управления лежит система знаний, которая является его теоретической базой: объект, предмет, принципы, методы, задачи, система регионального управления. В число основных задач регионального менеджмента входят:

- обеспечение воспроизводства условий жизнедеятельности населения региона, высокого уровня и качества жизни населения;
- экономическое и социальное преобразование хозяйства региона, анализ, прогнозирование и программирование уровня регионального развития;
- совершенствование финансовых потоков, формирование условий для укрепления экономической базы региона и муниципальных образований;
- необходимость в обеспечении экологической безопасности в регионе,

•создание и реализация структурной, инвестиционной и научно-технической политики в регионе, формирование и развитие рынка

Исходя из понятия, содержания и задач регионального управления, сформулированных выше, его объект можно классифицировать по следующим признакам.

1. Принадлежность объекта к какой-либо форме собственности (федеральная, муниципальная, собственность субъекта Федерации).

2. Характер продукции или услуг, производимых субъектом

3. Характер и степень воздействия субъекта хозяйствования на экономические, социальные, экологические и другие процессы в регионе.

4. Воспроизводство условий жизнедеятельности населения, удовлетворение личностных потребностей людей (охрана здоровья, удовлетворение потребностей в образовании и культуре, социальная защита и поддержка)[1]

Предмет регионального управления достаточно сложен и многосторонен. В его основные составляющие входят: управление отдельными регионами и межрегиональными связями, система управления регионом, региональные аспекты управления.[2]

Методы изучения регионального управления могут быть самыми различными, но именно с общенаучной точки зрения важное значение имеют анализ и синтез. С их помощью выделяются ветви региональной власти.[5]

Научные основы регионального управления в России находятся в стадии формирования и развития. Прежде всего, перед региональным управлением как наукой стоит задача найти и разработать механизмы, способы, методы и средства, которые позволят обеспечить наиболее эффективное достижение целей и задач регионального развития.

Библиографический список

1. Гаврилов А.И Региональная экономика и управление: Учеб. пособие для вузов.- М.:ЮНИТИ-ДАНА,2012.-239.с

2. Л.Ю. Проурзин. Принципы поведенческой экономики и прогнозирования. – М.:Изд. «Век книги», 2013 -154 с.

3. <https://allendy.ru/regecon/57-reguprav.html>

4.http://cde.osu.ru/demoversion/course150/glava1_1.html

***Айбулатова А.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

КОНКУРЕНЦИЯ В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Банковская система в Челябинской области достаточно развита, она включает в себя: 12 самостоятельных банков региона и 44 филиалов банков других регионов, в том числе 30 московских, включая Сбергательный банк. Так же в регионе имеются представительства банков, которые занимаются исключительно ипотечным и потребительским кредитованием, осуществляя свою деятельности при помощи банков - партнеров а также офис Европейского банка реконструкции и развития.

Масштабы банковской системы во многом определяются высоким экономическим потенциалом региона. По валовому региональному продукту (ВРП) Челябинская область занимает 11-е место среди субъектов РФ и четвертое среди восьми субъектов, входящих в Большой Урал.

По совокупным активам региональной банковской системы область находится на 12-м месте, а на Урале - на четвертом, уступая Тюменской, Свердловской областям и Башкортостану.

Таким образом, Челябинскую область можно отнести к территориям, где банковская система соответствует экономическому потенциалу. [2]

Банковская система области характеризуется тем, что здесь зарегистрировано небольшое, в сравнении с аналогичными субъектами федерации, количество самостоятельных банков. Но эти банки в целом занимают существенную, до 50% долю рынка. В значительной степени на это повлиял исторический фактор.

Для банковской сферы характерна высокая степень развития отношений конкуренции. На рынке банковских услуг она имеет целый ряд специфических черт, отличающих ее от конкуренции в других секторах рынка.[7]

Особенности банковской конкуренции состоят в следующем:

- банковская конкуренция отличается развитостью форм и высокой интенсивностью;

- конкурентами коммерческих банков выступают многие другие категории конкурентов. С универсальными банками конкурируют специализированные банки (сберегательные, ипотечные, инвестиционные банки, обслуживающие предприятия малого и среднего бизнеса, клиринговые, инновационные банки), небанковские кредитные организации, нефинансовые организации(кредитные союзы, ломбарды, лизинговые компании, клиринговые палаты, финансовые брокеры, инвестиционные компании, пенсионные фонды, почта, торговые дома);

- конкурентное пространство представлено многочисленными банковскими рынками, на одних из которых банки выступают как продавцы, на других как покупатели;

- внутриотраслевая конкуренция носит преимущественно видовой характер, что связано с дифференциацией банковского продукта и услуг;

- банковские продукты и услуги могут взаимозаменять друг друга, но не имеют конкурентоспособных "внешних" (небанковских) заменителей, в связи с чем межотраслевая конкуренция осуществляется преимущественно посредством перелива капитала;

- в банковском деле отсутствует ряд входных барьеров, характерных для многих отраслей, что ведет к относительно большей интенсивности конкуренции в этой сфере;

- ограничения ценовой конкуренции выдвигают на первый план проблемы управления качеством банковского продукта, услуги рекламы;[3]

Благополучие банков в значительной мере зависит от наличия надежных заемщиков, и борьба за таких клиентов ведется достаточно агрессивно и жестко.[1]

Именно по этим показателям можно определить конкурентоспособность банков в Челябинской области. Так, лидером по объему выданных кредитов юридическим и физическим лицам в Челябинской области на 2013 год является Сбербанк России, кредитный портфель которого на 01.07.2014 г. составил 235млрд руб. На втором месте — ВТБ с показателем 39 млрд руб. Тройку замыкает Челиндбанк (кредитный портфель 24,4 млрд руб.). Лидеры топ-листа показали положительную динамику кредитного портфеля в 2013 году в пределах 3 % в среднем по каждому банку. (таблица№1)

Лидеры по объему выданных кредитов в Челябинске и Челябинской области за 1 полугодие. 2014 г., млн руб.[5]

Таблица №1

Название банка	Сбербанк России	ВТБ24	Уральский банк реконструкции и развития	ЧЕЛИНД-БАНК	ЧЕЛЯБ-ИНВЕСТ-БАНК	УРАЛ-ПРОМБАНК
Объем выданных кредитов банком	68644	9469	2147	30023	15077 .	634

В тройку лидеров по привлеченным средствам вошли банки с крупнейшим депозитным портфелем в Челябинской области за 1 кв. 2014 г., который по трем

крупнейшим банкам составил 147,5 млрд.руб. Традиционно рейтинг возглавил Сбербанк России и 2 региональных банка Челябинскбанк и Челябинвестбанк.

Рассматривая региональные банки в Челябинской области, нужно отметить, что конкуренция определяется, во-первых, по их ресурсам. Активы – первый показатель конкурентоспособности банка. Активы коммерческого банка – это статьи бухгалтерского баланса, отражающие размещение и использование ресурсов коммерческого банка. Банковские активы обычно образуются от размещения собственных и привлеченных средств с целью получения дохода, поддержания ликвидности и обеспечения функционирования банка. Наибольшими активами на 2014 год обладал ОАО «Челиндбанк» в размере 38,2 млрд. рублей. ОАО «Челябинвестбанк» – 37,2 млрд. рублей. Третье место по активам занимает ОАО «Кредит Урал Банк», который обладал активами на сумму 28,2 млрд. руб.[4]

Капитал как индикатор работы банка на конкурентных рынках является одной из наиболее важных интегральных характеристик банка. Его размер зависит от способности банков сохранять устойчивость в кризисные периоды, то есть характеризует возможность банковской организации нести убытки, без нанесения вреда своей платежеспособности. Капитал также отражает совокупную эффективность работы банка, степень доверия акционеров и клиентов к его деятельности, качество менеджмента.

Первенство банков возглавляет ОАО «Челябинвестбанк, который обладает 6,7 млрд. рублей.и ОАО» «Челиндбанк», который обладает капиталом на сумму 6,6 млрд. рублей. Третье место по капиталу занимает ОАО «Кредит Урал Банк» - 3, 3 млрд. рублей.

Балансовая прибыль так же является основным из показателей конкурентоспособности банка. Прибыль коммерческого банка - это финансовый результат, в виде превышения доходов над расходами, характеризующий эффективность его деятельности. Полученная прибыль является базой для увеличения и обновления основных фондов банка, прироста его собственного капитала, гарантирующего стабильность финансового положения и ликвидность баланса, обеспечения соответствующего уровня дивидендов, развития и повышения качества банковских услуг.

В 2014 году лидирующие позиции занимают ОАО «Челиндбанк»,они получили 924 млн.руб.и ОАО «Челябинвестбанк» - 385,8 млн.руб.Третье место по прибыли занимает ОАО «Кредит Урал Банк», который получил прибыль 205,73 млн.руб.[6]

Таким образом,проанализировав банки Челябинской области можно сделать следующие выводы. Самым конкурентоспособным банком(среди региональных) банковской системы Челябинской области на начало 2014 года являлся ОАО «Челиндбанк» который занял практически по всем показателям деятельности первое место. Второе и третье место занял ОАО «Челябинвестбанк» и ОАО «КредитУралБанк».

Так же важно отметить, что современные банки не только торгуют деньгами, одновременно они являются аналитиками рынка. Рынок неизбежно выдвигает банк в число основополагающих, ключевых элементов экономического регулирования.[2]

Обобщая международную практику и учитывая уровень и специфику развития национальной банковской системы, можно сделать вывод о том, что процесс управления собственным капиталом должен быть непрерывным и включать следующие основные этапы:

- 1) анализ процесса формирования собственных средств банка в предшествующем периоде;
- 2) оценка реального размера собственного капитала;
- 2) определение и реализация дивидендной политики.

Решение соответствующих задач позволит сохранить достигнутые темпы развития банковской системы, обеспечить дальнейшее повышение ее функциональной роли в экономике. Есть основания надеяться, что будет сделан шаг вперед к более полному удовлетворению потребностей экономики в банковских услугах.

Библиографический список

1. Конкуренция на рынке банковских услуг как фактор устойчивого развития экономики региона [Электронный ресурс] - г. Новосибирск, 2013, / «Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ» - Режим доступа: <http://sibac.info/studconf/econom/xv/35990>
2. Общая характеристика банковской конкуренции Челябинска и Челябинской области [Электронный ресурс] - Челябинск, 2014. - Режим доступа: <http://stud24.ru/dcb/obshhaya-harakteristika-bankovskoj-sistemy-chelyabinska/184592-538688-page3.html> Время актуальности 7.03.16
3. Общая характеристика банковской конкуренции [Электронный ресурс] - Челябинск, 2011. - Режим доступа: <http://www.market-pages.ru/bankmark/28.html>
4. Оценка конкурентоспособности банков банковской системы [Электронный ресурс] - г. Челябинск, 2014, - Режим доступа: http://www.ias.ru/publikacia/ocenka_bankov.html
5. Рейтинг банков Челябинска 1п/г 2015-рейтинг [Электронный ресурс] - Челябинск, 2016/ «Деловой квартал», - Режим доступа: <http://chel.dk.ru/wiki/rejting-bankov>
6. Челябинвестбанк [Электронный ресурс] - Челябинск, 2016, Центр кредитования Челябинска, - Режим доступа: <http://www.credit74.ru/chelinvest>
7. Юданов, А.Ю. Конкуренция: теория и практика : учеб.-практ. пособие для вузов / А.Ю. Юданов. – М. : Акалис, 1996. - 272 с.

**Безносова В.А.
Евлова Е.В.
г. Челябинск**

РОЛЕВАЯ ИГРА, КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕТОД ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ

Современное общество задает высшим учебным заведениям острый вопрос подготовки специалистов, которые будут ловко реагировать на постоянно переменчивые условия экономической действительности, а также быстро адаптироваться в задачах, требующих неотложного решения.

Увеличение мотивирования учебного процесса обучающихся становится важной педагогической проблемой, решение которой приведет к успешному освоению профессией. Не всегда, поступление и дальнейшее обучение студента в вузе, устанавливается, именно профессиональными мотивами.

Определим факторы, которые способствуют формированию положительного мотива к учению у студентов:

- осмысление текущих и итоговых целей обучения;
- понимание теоретической и практической значимости усваиваемых знаний;
- эмоциональная форма изложения учебного материала;
- демонстрация «значимых линий» в развитии научных категорий;
- профессиональная направленность в учебной деятельности
- отбор заданий, являющихся проблемными в структуре учебной деятельности;
- наличие любознательности и «познавательной психологической среды» в учебном коллективе [1, с.456].

С нашей точки зрения, большинство факторов могут быть исполнены через активные методы обучения. Это методы обучения, при которых деятельность студента носит продуктивный, творческий, поисковый, научно-познавательный характер. Методы, положительно мотивирующие познавательную деятельность, базируются на диалогах, в которых строится свободный обмен мнениями о путях разрешения проблемных ситуаций.

Максимально задействовать все факторы мотивации обучаемого, возможно при включении в учебный процесс сюжетно-ролевых и имитационно-ролевых игр.

В доказательство приведем несколько аспектов:

1)Одной из главных особенностей ролевых игр является то, что обучение происходит в обстановке, максимально приближенной к настоящей, тем самым, способствует легкому освоению студентами учебного материала.

2)Осуществляется не только сообщение теоретического материала, но и обучение компетенциям с их практическим использованием, что, непременно требует определенных личностных качеств обучающихся.

3)Организуется становление новой, качественно иной установки на обучение в эмоционально насыщенной деятельности коллективного творческого труда.

Ролевые игры, как активные методы обучения опираются на принципы, которые способствуют развитию креативности у обучающихся. Развивается беглость мышления, т.е. способность продумывать множество решений, что является значимым условием для создания творческой продукции. Элементы мягкого соревнования используются, для активизации и вовлеченности в учебную деятельность. Положительное назначение коллективной деятельности, прослеживается в предоставлении благоприятных условий для сотрудничества, ведь « Один ум хорошо, а два лучше», а также в развитии лидерских навыков, в возможности испытать успех, удачу, победу менее творческим студентам наряду с более творческими и быстро усваивающими материал студентами. Свобода мысли, свобода действий, нецензурируемая деятельность, безграничность экспериментов, вариантов, возможностей, все это способствует показателю высокого результата знания, материала и учебной мотивации к дисциплине [3, с.252]. Ведь студенты заинтересованы, безграничны в своем «мозговом штурме» и не боятся допускать ошибки. Тренировка присутствия и выполнение поставленных задач на будущей работе, способствует формированию у студента умения управлять стилем собственного поведения, осознание социальной роли, чувствительность и восприимчивость к психологическому климату рабочей обстановки.

Из вышеперечисленного, необходимо отметить, что главной чертой в методике преподавания экономических дисциплин является взаимосвязь образовательных технологий с ролью знаний в экономическом развитии.

Отсюда следует, что учебная деятельность обучаемого должна быть максимально приближена к настоящим условиям рабочей действительности. Экспериментально выявлено, что при одинаковых условиях в памяти студента остается 10 % того, что он слышит, 50 % того, что он видит, и 90 % того, что он делает[4, с.23]. Значит, одной из самых результативных мотивационных форм обучения является форма, полагающаяся на динамичное включение обучаемого в действие, которое связано с инициативным поиском информации. Изучая цифры и факты, студенты могут изучать не только отдельные стороны экономических процессов и явлений, но и рассмотреть в целом развитие и функционирование экономического устройства. Поэтому важно, чтобы студенты не получали готовые знания под диктовку, а самостоятельно подходили к необходимым выводам в ходе активной творческой деятельности, а также индивидуально или совместно анализировали необходимый для усвоения материал. Достижение такого результата в обучении, напрямую зависит от методики подачи материала преподавателем, с использованием таких приемов преподавания, которые направлены на максимальное развитие мыслительной и творческой активности студентов. Таким способом усвоения студентом обязательных компетенций является игра, которая используется в качестве средства и метода обучения и воспитания, а также располагающая оригинальным содержанием и целевой направленностью.

Экономические ролевые игры должны быть разработаны таким образом, чтобы обеспечить простоту и доступность изложения условий игры, позволяющих студенту быстро адаптироваться в ней.

В основании ролевой игры, преподаваемой на дисциплинах экономического цикла, находится определенная реальная ситуация. Игра в данной ситуации аналогична театральной постановке, где каждый участник выполняет конкретную роль. Ролевые игры- это творческие игры, в которых сюжетом является форма интеллектуальной деятельности, поэтому в заданном случае внушительное значение играет подготовленность участников и разработанность сценария игры с компонентами профессиональной деятельности[2, с.187]. Например: студенты на дисциплине основы банковского дела делятся на клиентов банка и его работников (операционные и кассовые) и имитируют, проводят банковские операции. При этом проводят консультации клиентов, оформляют необходимые банковские документы[5, с. 234].

Итак, анализ научно-педагогической литературы свидетельствует, что одним из самых продуктивных способов развития профессиональной компетентности специалистов, снабжение их необходимыми теоретическими знаниями и практикой является ввод форм и методов активного обучения, а именно включение в обучение ролевых игр. Доказано, что использование ролевых игр в учебном процессе способствует близкой связи между экономической теорией и практикой в обстановке, максимально приближенной к реальной деятельности организации, формируется субъектная позиция студентов в образовательном процессе вуза.

А значит, создаются необходимые условия для продуктивного овладения знаниями и формированием у будущих экономистов профессиональных компетенций, от которых зависит развитие экономической ситуации в нашей стране.

Библиографический список

1. Педагогика: учебник для студ. учреждений высш. образования/ В.А. Сластенин, И.Ф. Исаев, Е.Н. Шиянов; под ред. В.А. Сластенина. – 12-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 608 с. ISBN 978-5-4468-1450-3
2. Педагогические технологии: вопросы теории и практики внедрения. Справочник для студентов/ авт.-сост. А.В. Винева; под ред. И.А. Стеценко.- Ростов н/Д: Феникс, 2014. – 253 с. ISBN 978-5-222-21361-2
3. Психология и педагогика высшей школы/ Л.Д. Столяренко. – Ростов н/Д: Феникс, 2014. -620 с. ISBN 978-5-222-22256-0
4. Как устроена экономика/ Ха-ДжунЧанг; пер. с англ. Е. Ивченко; [науч. ред. Э.Кондукова]/ -М.: Манн, Иванов. Фербер, 2015.- 304с. ISBN 978-5-00057-433-1
5. Основы банковского дела: учеб. пособие/ Н.В. Горелая. М: Издательский центр «Форум», 2015.- 282 с.

*Безносова В.А.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск*

НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПЕНСИОННЫЕ ФОНДЫ, КАК ИСТОЧНИК РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ДОСТОЙНОГО ПЕНСИОННОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ

Частые процессы изменения экономических отношений повлекли за собой кризис в области социального обеспечения населения и, прежде всего, в пенсионной системе. При имеющейся системе государственного пенсионного обеспечения большая часть граждан получит пенсию, которая значительно меньше их заработной платы. Поэтому актуальной задачей в современной экономике становится анализ направленности, и результатов финансирования негосударственных пенсионных фондов, а также способы решения проблем социального обеспечения.

В современном обществе поддержание достойного уровня жизни в будущем возможно при участии граждан в программах негосударственного пенсионного обеспечения. Ведь вопросы пенсионного обеспечения касаются каждого человека. Но, в настоящее время, большая часть населения вовсе не имеет отчетливого представления о негосударственных пенсионных фондах, не подозревает о их существовании и тех услугах, которые они предлагают.

На сегодняшний день пенсионная система России представляет многоуровневую систему, в которой сочетаются элементы накопительной и распределительной моделей формирования пенсии. Потребность перевода от исключительно государственной (распределительной) модели была вызвана неспособностью государства сформировать достойный размер трудового обеспечения в пенсионном возрасте.

В рамках данного перехода правительство Российской Федерации пошло по пути ряда зарубежных стран – путем создания института негосударственных пенсионных фондов (далее – НПФ), с помощью которых планировалось снизить нагрузку на государственный бюджет в социальной сфере, снять социальную напряженность в обществе, сформировать новую структуру в системе финансовых институтов, а также изменить сознание жителей страны в сторону осознания необходимости личной заботы о будущей пенсии.

Система негосударственного пенсионного обеспечения представляет собой единую систему отношений и мероприятий по формированию обязательных и добровольных пенсионных резервов и накоплений, их размещению и инвестированию в экономику, учету пенсионных прав участников и застрахованных, выплате обязательных и дополнительных пенсий участникам, застрахованным лицам[2].

Основной задачей развития системы негосударственного пенсионного обеспечения является повышение уровня жизни и социальной защиты населения.

Преимущества негосударственного пенсионного фонда:

- работа ведется индивидуально с каждым клиентом. У вкладчика есть индивидуальный счет, отчеты по начислениям проводятся ежемесячно, а также бесплатно и в свободной форме проводятся консультации;
- возможно вести контроль пенсионного возраста (т.е. выход на пенсию возможен то в 40 - 50 лет);
- некоторая часть ваших пенсионных отчислений отправляется в фондовый рынок (это ведет к пополнению пенсионного капитала);
- все вклады и взносы клиента - его собственность;
- при закрытии негосударственного пенсионного фонда, ваши средства беспрепятственно переводятся в более надежный банк[4].

Появились первые негосударственные фонды в связи с изданием Указа Президента Российской Федерации от 16 сентября 1992 г. № 1077 «О негосударственных пенсионных фондах». Этот указ приняли в рамках исключительных полномочий Президента РФ в период осуществления экономических реформ, который владел силой закона[1].

Проведен анализ статистических данных по образованию негосударственных пенсионных фондов в России:

№ п\п	Период формирования НПФ (годы)	Кол-во (шт.) НПФ
1	1993- 1994г.	350
2	1995-1996 гг.	26
3	1996-1997 гг.	252
4	2004 г.	270
	2008 г.	209

2010 г.	149
2014-2015гг.	120

По статистике количество НПФ с момента их образования с каждым годом уменьшается. Пик образования НПФ приходится на 1993-1994 гг. Так как, на данный период времени количество проверок и законодательных упразднений было исключительно небольшим. Минимального количества НПФ достигли в 1995-1996 гг. Так как в 1995 году создана Инспекция негосударственных пенсионных фондов (в настоящий момент упразднена) с целью лицензирования деятельности НПФ. В 2008 году число НПФ начало стремительно сокращаться преимущественно путем самоликвидации или слияния вследствие законодательных изменений. И хотя, к началу XX века количество фондов значительно уменьшилось, это говорит лишь о том, что система негосударственных пенсионных фондов, оказывающих поддержку социальную поддержку, в основном сложилась, остаются лишь самые надежные и проверенные, охватывающие большой круг задач и аккумулирующие большим объемом средств. По мнению экспертов, к концу 2019 года на рынке будет функционировать всего 30-40 фондов, так как более 90% рынка по объему сосредоточено в 30 крупнейших фондах, остальные либо самоликвидируются, либо не подтвердят лицензии[3].

Основными НПФ в России, выдающим свидетельства максимальной надежности, являются: НПФ «Газфонд», НПФ «Доверие», НПФ «Наследие», НПФ «КитФинанс», НПФ «Европейский пенсионный фонд», НПФ «Аквилон».

Говоря об негосударственных пенсионных фондах, из них необходимо выделить НПФ «Газфонд» занимающий первое место в России по количеству клиентов, уставного капитала, а также представлен самым высоким показателем доходности компании и обладает самым высоким уровнем надежности.



График 2

Более 50 % пенсионных резервов было инвестировано в ценные бумаги предприятий и организаций
(основные объекты инвестирования НПФ-участников рейтинга без учета НПФ «Газфонд»)



Источник: рейтинговое агентство «Эксперт РА»

подтверждении рейтинга A++, что свидетельствует об исключительном уровне надёжности.

НПФ «Газфонд» одна из крупнейших в России компаний, образовалась в 1994 году и за свою более чем 20-летнюю историю существования достигла прекрасных результатов. Он предлагает клиентам услуги по обязательному пенсионному страхованию и негосударственному пенсионному обеспечению. Фонд является соучредителем Международной ассоциации пенсионных и социальных фондов и Национальной ассоциации пенсионных фондов (НАПФ), членом Международной ассоциации социального обеспечения (МАСО).

На сегодняшний день в участниках программы «Пенсионные накопления Газфонд» числится более 1 миллиона человек, показатель доходности компании достиг 16,87%, а уставный капитал составляет 2 миллиарда рублей. В марте 2015 года сайт НПФ «Газфонд» уведомил о

Таким образом, обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, о том что с помощью развития негосударственных пенсионных фондов решаются задачи реформирования пенсионной системы России, имеются ряд моментов, привлекательные для предприятий, работодателей и работников. Доказано, что достойного уровня пенсионных отчислений, а следовательно, обеспечение достойной жизни на пенсии возможно достичь только за счет личного участия самого гражданина. Развитие негосударственного пенсионного обеспечения происходит в условиях активного изменения нормативной правовой базы, системы надзора и регулирования деятельности НПФ, активной агитации населения по вступлению в НПФ, внедрения государственных программ.

Библиографический список

1. Нормативно-правовые документы: ФЗ от 16 сентября 1992 г. № 1077 «О негосударственных пенсионных фондах», ФЗ от 10 января 2003 № 14-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах», ФЗ от 24 июля 2002 года № 111-ФЗ «Об инвестировании средств для финансирования накопительной части трудовой пенсии в Российской Федерации»
2. Романовский М.В. Финансы, денежное обращение и кредит[Текст]: учебник / М.В. Романовского и О. В. Врублевской. – М. : Юрайт-Издат, 2011.-482 с.
3. Журнал «Финансы» №12Негосударственные пенсионные фонды: перспективы развития[Текст]М.,2014.- 72 с.
4. Журнал «Финансы» №10. Статья о финансовом потенциале негосударственных пенсионных фондов [Текст]-М.,2014.- 72 с.

***Безукладицына М.В
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

РОЛЬ КРЕДИТА В СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Роль кредита в современной рыночной экономике трудно переоценить. Кредит выражает отношения между заемщиками и кредиторами и обеспечивает трансформацию денежного капитала в ссудный. Тем самым он позволяет преодолевать ограниченность индивидуального капитала заемщика. Временно свободные денежные средства аккумулируются в кредитно-финансовых учреждениях и затем размещаются в тех отраслях экономики, которые наиболее сильно нуждаются в дополнительных капиталовложениях. Таким образом, поддерживая нуждающиеся отрасли, перевод денежных средств позволяет уравнивать нормы прибыли в различных отраслях экономики. При помощи кредита обеспечивается непрерывное денежное обращение, которое обязательно должно существовать в условиях рыночной экономики.

Кредит (лат. *creditum* — заём от лат. *credere* — доверять) или кредитные отношения — общественные отношения, возникающие между субъектами экономических отношений по поводу движения стоимости. Кредитные отношения могут выражаться в разных формах кредита (коммерческий кредит, банковский кредит и др.), займе, лизинге, факторинге и т. д.[2]

Кредит оказывает активное воздействие на структуру и объем денежной массы, увеличивает скорость обращения денег. В результате перехода на безналичный расчет, а, следовательно, сокращения объема печатных денежных знаков и сокращения расходов по их выпуску, учету, хранению и обращению, происходит уменьшение издержек обращения.

Государство посредством регулирования доступа заемщиков на рынок ссудных капиталов, а также предоставления правительственных гарантий и льгот, ориентирует банки на преимущественное кредитование тех предприятий и отраслей экономики,

которые в своей деятельности соответствуют поставленным задачам осуществления общенациональных программ социально-экономического развития. Государство может использовать кредит для стимулирования капиталовложений, жилищного строительства, освоения отсталых и новых регионов, экспорта товаров.

Без кредитной поддержки невозможно обеспечить наиболее цивилизованное и быстрое становление различных предприятий малого и среднего бизнеса, фермерских хозяйств, внедрение других видов предпринимательской деятельности на внутреннем и внешнем экономических пространствах.

Кредит представляет собой движение ссудного капитала, осуществляемое на принципах срочности, возвратности и платности.

Существуют следующие формы кредита: [1;3]

1) коммерческий кредит - предоставляется одним функционирующим предприятием другому в виде продажи товаров с отсрочкой платежа.

При учете долговых обязательств (векселей) в банке, возникает взаимосвязь с банковским кредитом. Первоначальная сделка перерастает в кредитную сделку другого качества, в основе которой лежит движение ссудного капитала;

2) банковский кредит - предоставляется банками хозяйствующим субъектам (заемщикам) в виде денежных ссуд.

Банк	Ставка, январь 2015 г. (минимальная)	Минимальный первоначальный взнос, %
Сбербанк	15	20
ВТБ 24	15,95	20
Россельхозбанк	17	15
Дельтакредит	17,25	30
Банк Москвы	15,95	20
Росбанк	18,8	40
Связь-Банк	25	10
Райффайзенбанк	16,75	25
Банк Санкт-Петербург	20,75	15
Юникредит Банк	21	30
Абсолют Банк	19,45	40
Транскапиталбанк	22,25	25
АК БАРС	17	30
Возрождение	17,5	20
Банк Жилфинанс	20,99	27
Ханты-Мансийский Банк	19	30
Зенит	35	20
Альфа-банк	20,1	15
Росбанк	18,8	40
Уралсиб	17,5	30

Рис 1. Ставка по кредитам за 2015г.

Кредит в данном случае отделен от сделки купли-продажи товаров. Банковский кредит неограничен сроками и суммами товарных сделок. Банковский кредит обслуживает не только обращение товара, но и накопление капитала, поскольку в капитал обращается часть денежных сбережений населения и экономических субъектов;

3) потребительский кредит - предоставляется торговыми предприятиями населению в виде товаров, проданных в рассрочку, а также банками и специальными кредитными институтами для покупки потребительских товаров и оплаты услуг.

В данном случае кредитные услуги предоставляются конечному потребителю. Разновидностью потребительского кредита являются ссуды частным лицам на приобретение и строительство жилья.

Покупатель получает кредит частями по мере приобретения товаров, которые служат обеспечением платежа. (см. рис.2. Потребительский кредит с поручительством торговых предприятий.)

Потребительский кредит различается по форме погашения: [2]

- разовое погашение - текущие счета отсрочиваются магазином для потребителей на срок один-полтора месяца, по истечении которого покупатели погашают имеющуюся задолженность;

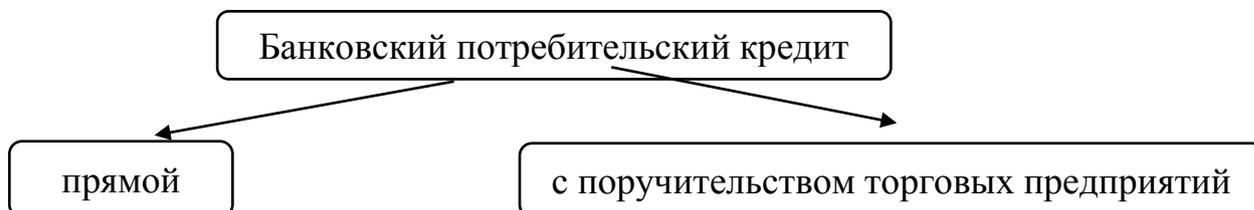


Рис.1 Виды банковских потребительских кредитов.

- рассрочка платежа - как правило, применяется при погашении основной массы потребительских кредитов.

Покупатель получает кредит частями по мере приобретения товаров, которые служат обеспечением платежа;

4) государственный кредит - система кредитных отношений, в которой государство выступает заемщиком, а население и частный бизнес - кредиторами денежных средств;

Источниками средств государственного кредита служат облигации государственных займов, которые могут выпускаться не только центральными, но и местными органами

власти. Государство использует эту форму кредита прежде всего для покрытия дефицита государственного бюджета.

5) ипотечный кредит предоставляется в виде долгосрочных ссуд под залог недвижимости. Инструментом предоставления таких ссуд служат ипотечные облигации, выпускаемые банками и организациями. Ипотечный кредит используется для обновления основных фондов в сельском хозяйстве, финансирования жилищного строительства и т.п.;

6) международный кредит представляет собой движение ссудного капитала в сфере международных экономических отношений. Международный кредит представляется в товарной и денежной (валютной) форме. Кредиторами и заемщиками являются банки, частные фирмы, государства, международные и региональные организации. [1]

Потребительский кредит с поручительством торговых предприятий.

Таким образом, кредит решает проблемы, стоящие перед всей экономической системой. С его помощью можно преодолеть трудности, связанные с тем, что на одном участке высвобождаются временно свободные средства, а на других возникает потребность в этих средствах. Кредит аккумулирует высвободившийся капитал, тем самым обеспечивая нормальный воспроизводственный процесс; а также обеспечивает выполнение страховых и инвестиционных отношений.

Библиографический список

1. Врублевская О.В. - Отв. ред., Романовский М.В. - Отв. ред. Финансы, денежное обращение и кредит 2-е изд. Учебник для вузов. — М.: ИздательствоЮрайт, 2010 г. — 714 с.

2. Колпакова, Г. М. Финансы, денежное обращение и кредит : учеб. пособие для бакалавров / Г. М. Колпакова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. :Юрайт, 2012. – 538 с.

3. Лаврушка О.И. Роль кредита и модернизация деятельности банков в сфере кредитования: монография / под ред. О. И. Лаврушина. – М. : КНОРУС, 2012. – 267 с.

ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Актуальность выбранной темы невозможно переоценить. В связи с переходом к рыночным отношениям произошли глубокие изменения в экономике России. В значительной степени эти изменения обусловлены уточнением, а иногда и сменой приоритетов, стимулов и факторов развития общества и страны. На смену политической и псевдосоциальной подоплеке принятия решений экономического характера, имевшей место в нашей стране в годы централизованного планирования и управления, пришел здоровый прагматизм, выражающийся в оценке прежде всего экономической целесообразности подобных решений. Большое число предприятий стали самостоятельными, финансовые результаты и экономическая оправданность и эффективность все чаще выступают основными критериями при принятии управленческих решений в системах любого уровня. Этим обуславливается стремительный рост значимости прикладных экономических наук - бухгалтерского учета, финансов предприятий, менеджмента, маркетинга и др.

Развитие экономики в немалой степени зависит от рационального построения финансовой системы, понимаемой в широком смысле и не сводящейся лишь к финансам государства.

Финансы - это система экономических отношений, в процессе которых происходит формирование, распределение и использование централизованных и децентрализованных фондов денежных средств в целях выполнения функций и задач государства и обеспечения условий расширенного производства.

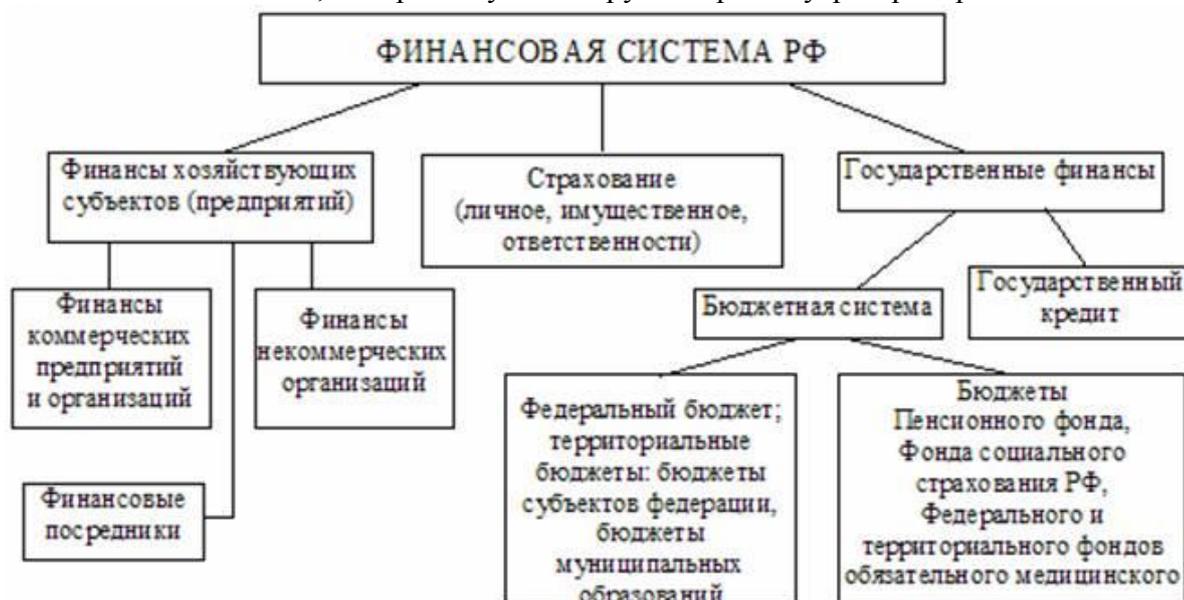
Финансовая система - совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих частей, звеньев, элементов, непосредственно участвующих в финансовой деятельности и способствующих ее осуществлению. Известный американский специалист Дж. Ван Хорн определяет финансовую систему как совокупность ряда учреждений и рынков, предоставляющих свои услуги фирмам, гражданам, а также правительствам. В системе экономических отношений домашние хозяйства имеют важное значение, потому что они являются собственниками факторов производства, находящихся в частной собственности.

Финансы домашнего хозяйства - это совокупность денежных отношений по поводу создания и использования фондов денежных средств, в которые вступают домашнее хозяйство и его отдельные участники в процессе своей социально-экономической деятельности. В обеспеченных домохозяйствах денежные доходы обычно превышают расходы, и образуются сбережения. То есть, можно сказать, что финансы домохозяйств – это мощный элемент финансовой системы, ведь число домохозяйств на территории страны огромно, они платят налоги, а их денежные сбережения могут быть инвестированы на финансовом рынке в виде операций с ценными бумагами. Денежные сбережения одних людей в форме банковских вкладов служат источником получения кредита другими людьми на покупку дорогого товара, когда нужной суммы нет или она недостаточна. За кредитом люди обращаются в банк, тем самым пополняя денежные доходы своих семей и способствуя увеличению платежеспособного спроса на товары и услуги.

Финансовые отношения многообразны. Они связаны с денежными отношениями, которые возникают:

- между предприятиями в процессе приобретения товарно-материальных ценностей;
- между предприятиями и вышестоящими организациями;
- между государством и предприятиями при уплате налогов и других обязательных платежей;

- между предприятиями, гражданами и внебюджетными фондами при внесении платежей и получении ресурсов;
- между отдельными звеньями бюджетной системы;
- между страховыми организациями и предприятиями, населением при уплате страховых взносов и возмещении ущерба при наступлении страхового случая;
- денежные отношения, опосредствующие кругооборот внутри предприятия.



Финансовая система РФ. Рис.1.

Таким образом, в данной статье мы рассмотрели и раскрыли финансовую систему РФ, выявили, что финансовая система является надежным стержнем в развитии и успешного функционирования рыночной экономики и необходимой предпосылкой роста и стабильности экономики в целом.

Библиографический список

1. Применение бюджетной классификации РФ: вопросы и ответы // Финансы. – 2009. — № 4. – С. 18-21;
2. Соколова Э.Д., Финансовая система России и право: Дискуссионные вопросы // Налоги. – 2007. — № 2. – Справочная правовая система «КонсультантПлюс»;
3. Финансы и кредит: Учеб. пособие / Под ред. проф. А.М. Ковалевой. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 512 с.: ил.;
4. Электронный ресурс - <https://ru.wikipedia.org/wiki>

Борзыкина К.А.
г. Курск

АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА»

Основным и неперенным условием существования и развития человеческого общества является труд. Труд представляет собой процесс сознательной и целесообразной деятельности людей, с помощью которой они видоизменяют предметы природы и приспособливают их для удовлетворения своих потребностей. Любая трудовая деятельность предполагает наличие, по крайней мере, пяти обязательных трудовых частей: предмета труда, то есть того, на что направлен труд; средств труда (орудий труда), а также зданий и сооружений; способа воздействия на предмет труда (или технологии); организации труда, то есть упорядочения процесса труда в пространстве и времени, и

самого труда как целесообразной деятельности для приспособления предмета труда к потребностям человека [8].

Понятие «организация труда» относится к числу полидисциплинарных. Поэтому, чтобы выявить содержание данного понятия, целесообразно обратиться к различным источникам, относящимся к разным областям науки – психологии, экономике, педагогике.

В Большом психологическом словаре представлено следующее определение: «научная организация труда (НОТ) – это процесс совершенствования организации труда на основе достижений науки и передового опыта» [1, с.293].

Правомерны попытки разграничить два понятия - «организация труда» и «научная организация труда». Разница между первым и вторым понятиями определяется прежде всего методом, подходом к решению одних и тех же проблем, степенью научной обоснованности конкретных решений. В данном случае можно говорить о том, что научная организация труда не допускает решения практических вопросов организации труда, опираясь на использование субъективных, эмпирических оценок и мнений.

Организация труда в экономике, по мнению А.И. Рофе, – «это определенный порядок построения и осуществления трудового процесса, который складывается из системы взаимодействия работников с предметами и орудиями труда, а также производственного взаимодействия людей друг с другом» [7, с.16].

В широком смысле под организацией труда в экономике понимают «приведение трудовой деятельности в определенную систему, характеризующуюся внутренней упорядоченностью, согласованностью и направленностью взаимодействия людей для реализации совместной программы или цели» [4, с.150].

В понимании Остапенко Ю.М. организация труда в экономике в общем представляет собой «совокупность мероприятий, обеспечивающих необходимую пропорциональность в расстановке работающих и рациональное использование рабочей силы при данной степени механизации работ и совершенства технологии в целях повышения производительности труда и создания условий для всестороннего развития трудящихся» [6, с.76].

Под организацией труда в экономике на предприятиях и в организациях понимаются конкретные формы и методы соединения людей и техники в процессе труда. Организация труда – это действия по установлению, упорядочению или изменению порядка осуществления трудового процесса и связанных с ним производственных взаимодействий работников со средствами производства и друг с другом [5].

Все приведенные определения понятия «организация труда» имеют одну общую особенность. Эта особенность заключается в том, что организация труда есть совокупность неких действий, мероприятий, приемов по совершенствованию, приведению в систему трудового процесса работников учреждения. В дальнейшем исследовании за основу примем определение научной организации труда (НОТ) из Большого психологического словаря. Следует отметить, что в других определениях в той или иной степени конкретизируется это определение.

Организация труда важна не только на предприятиях, но и в образовательных учреждениях, где включает в себя организацию образовательного процесса и организацию управленческого труда руководителя. В сферу организации образовательного процесса попадают не только обучающиеся и педагогический персонал, но и органы управления образованием, администрация образовательных учреждений и другие субъекты (например, органы санитарно-эпидемиологического надзора). Образовательный процесс в узком смысле охватывает отношения, участниками которых являются обучающиеся и преподаватели, т.е. собственно педагогические отношения.

Образовательный (учебно-воспитательный) процесс представляет собой «систему мер по организации и осуществлению деятельности педагогического и обучающегося персонала по достижению целей образования, направленных на освоение обучающимися определенных образовательных цензов (уровней), приобретение и закрепление необходимых знаний и навыков, формирование внутренней культуры и развитие их личности» [7, с.73].

Организация образовательного процесса должна подчиняться определенным принципам, которые можно сформулировать, основываясь на нормах образовательного законодательства. В ст. 15 Закона РФ «Об образовании» перечислены основные локальные документы, определяющие общие требования к организации образовательного процесса: учебный план, годовой календарный учебный график и расписание занятий. При их формировании необходимо принимать за основу соответствующий государственный образовательный стандарт и разработанные применительно к его содержанию образовательные программы [7, с.74].

Помимо организации образовательного процесса в учебном заведении осуществляется организация его управлением, которая необходима для качественного и своевременного решения задач, стоящих перед ним. Это достигается выполнением ряда важнейших функций управления, которые определяются как отрасль работы, представляющая собой совокупность решений, действий или, процессов, объединенных общностью объекта и решаемых задач по управлению. Организация управления образовательным учреждением обуславливает прежде всего содержательный и коммуникативный аспекты деятельности руководителя и его заместителей и положения научной организации их труда. Если содержательная сторона деятельности определяется функциями управления, то коммуникативная -- структурой управления образовательным учреждением, его штатным расписанием и должностными инструкциями администраторов, педагогов и вспомогательного персонала [3, с.66].

Организация управленческой деятельности образовательного учреждения необходима для качественного и своевременного решения задач стоящих перед ним. Одной из таких задач является не только совершенствование управления образовательным учреждением, но и обеспечение благоприятных условий труда коллектива образовательного учреждения на основе научной организации труда [9].

Способность руководителя учебного заведения при разумных затратах времени и усилий достигать эффективности жизнедеятельности учреждения рассматривается как важный компонент его управленческой деятельности. Такая способность должна быть максимально адекватной требованиям современного общества к системе управления образованием. Именно поэтому к руководителям и педагогическим коллективам современных образовательных учреждений, результатам их управленческой деятельности предъявляются высокие требования [2, с.38].

Отметим, что организация труда всегда имеет две стороны: естественно-техническую и социально-экономическую. Эти стороны тесно связаны между собой и находятся в постоянном взаимодействии, определяя содержание организации труда, которое может меняться по мере развития материально-технической базы производства, повышения культурно-технического уровня трудящихся, а также новых научных достижений. Каждому достигнутому уровню техники и технологии производства соответствуют свои формы организации труда [4].

Из всего изложенного выше следует, что организация труда с полным основанием может рассматриваться как особый вид деятельности направленной на решение необходимых задач по регулированию и контролю социально-экономических процессов в сфере функционирования живого труда. Результатом этой деятельности является конкретная система организации труда, обеспечивающая его эффективность.

Данный содержательный анализ понятия «организация труда» был осуществлен с целью продолжения на его основе теоретического и эмпирического исследования по теме магистерской диссертации.

Библиографический список

1. Большой психологический словарь [Текст]/ под ред. Мещерякова, Б.Г., Зинченко, В.П. – 2003. – 253 с.

2. Зверева, В.И. Организационно-педагогическая деятельность руководителя школы [Текст]/ В.И. Зверева. - М.: Инфра, 2003. - 194с.
3. Карстанье, П., Ушаков, К. Управление в образовании. Проблемы и подходы. Практическое руководство [Текст]/ П. Карстанье, К. Ушаков - М.: Инфра, 1995. – 153 с.
4. Кокин, Ю.П., Шлендер, П.Э. Экономика труда [Текст]/ Ю.П. Кокин, П.Э. Шлендер: учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М., Магистр — 2010. – 686 с.
5. Макарова, А.О., Галимова, А.Ш. Актуальные проблемы управления и организации труда в России [Текст]/ А.О. Макарова, А.Ш. Галимова: Молодой ученый. – 2013. - №1. – с. 159-161.
6. Остапенко, Ю.М. Экономика труда [Текст]/ Ю.М. Остапенко: учеб. пособие. – М., 2006. – 272 с.
7. Рофе, А.И. Организация и нормирование труда [Текст]/ А.И. Рофе: учеб. пособие. – М.: КноРус – 2014. – 222 с.
8. Научная организация труда [Текст]/ А.И. Рофе: учеб пособие. – М.: МИК – 1998. – 320 с.
9. Федорова, М.Ю. Нормативно-правовое обеспечение образования [Текст]: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений /М.Ю. Федорова. — 2-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2009. – 192 с.

*Ветлугина Т.В.
Тюнин А.И.
г. Челябинск*

ПРИМЕНЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ФУНКЦИИ КОББА-ДУГЛАСА ПРИ РЕШЕНИИ ЗАДАЧ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Современная экономика – это инновационная экономика, которая основывается на знаниях. Приоритетное место в ней занимают факторы производства и природные ресурсы, уже ставшие традиционными. Интеллект и знания представлены в виде интеллектуальных ресурсов. Современная мировая экономика основывается на интеллектуальной собственности, которая становится неотъемлемым элементом деятельности конкурентоспособных компаний.

Современные теории экономического роста появились на основе двух источников: кейнсианской теории макроэкономического равновесия и неоклассической теории.

Во главе неоклассического направления идея оптимальности рыночной системы, рассматриваемой как саморегулирующийся механизм, позволяющий лучшим образом использовать факторы производства. В реальной жизни это равновесие нарушается, но моделирование равновесия позволяет найти отклонение реальности от идеалов. Наиболее известные факторная модель Кобба—Дугласа и простая односекторная модель экономической динамики Р. Солоу.

Функция, предложенная американцами Коббом и Дугласом, исследует зависимость величины созданного общественного продукта от двух важнейших факторов: совокупных затрат живого труда (в материальном производстве) и суммарного объема применяемых производственных фондов, т.е. функция Кобба-Дугласа предполагает исчисление требуемых показателей на основе анализа взаимосвязи труда и капитала как основных факторов, определяющих результативность производства. Они рассматриваются как взаимозаменяемые, а также взаимодополняемые. Таким образом, одинаковый объем прироста национального продукта может получаться либо в результате увеличения капиталовложения, либо расширения использования труда. Именно поэтому на основе производственных функций изучается выбор требуемых комбинаций факторов

производства, в зависимости от представленной ситуации. Рассмотрим функцию Кобба-Дугласа подробнее.

Возникновение теории производственных функций принято относить к 1927 г., когда появилась статья американских ученых экономиста П. Дугласа и математика Д. Кобба «Теория производства». В этой статье, была предпринята попытка, эмпирическим путем определить влияние затрачиваемого капитала и труда на объем выпускаемой продукции в обрабатывающей промышленности США.

Производственная функция - функция, отображающая зависимость между максимальным объемом производимого продукта и физическим объемом факторов производства при данном уровне технических знаний [1, с.105].

Изучим некоторые примечательные особенности практического применения функции, о которой идет речь. Один из вариантов ее применения — определение средних показателей производительности труда. Данный параметр определяется как соотношение между объемом выпущенного продукта к количеству трудовых ресурсов, использованных в ходе его производства.

В ряде случаев для исследователя важен такой параметр, как предельная производительность труда. Если при его определении задействуется модель производственной функции Кобба-Дугласа, то соответствующий параметр будет пропорционален предыдущему индикатору, а в некоторых случаях — уступать ему в динамике. [3, с. 63]

Производственная функция Кобба-Дугласа устанавливает зависимость величины созданного общественного продукта от совокупных затрат живого труда и суммарного объема применяемых производственных фондов.

Функция имеет следующий вид:

$$Q = A \times L^{\alpha} \times K^{\beta},$$

где Q — объем производства;

L — труд;

K — капитал;

A — технологический коэффициент;

α — коэффициент эластичности по труду;

β — коэффициент эластичности по капиталу.[2, с. 69]

Если сумма показателей степени ($\alpha + \beta$) равна единице, то функция Кобба — Дугласа является линейнооднородной, то есть она демонстрирует постоянную отдачу при изменении масштабов производства.

Если сумма показателей степени больше единицы, функция отражает возрастающую отдачу, а если она меньше единицы, — убывающую.

Производственная функция Кобба-Дугласа имеет вид, в структуре которого присутствуют такие компоненты, как: коэффициент, который отражает пропорциональность функций и корректируется в ходе изменений на уровне базовой технологии; показатели капитала и труда; коэффициенты эластичности, имеющие отношение к объемам выпуска товаров в корреляции с вложениями капитала и труда. Следовательно, при помощи данной производительной функции можно найти среднюю фондоотдачу и среднюю производительности труда, и вычислить их; рассчитать эластичность продукта и эластичность масштабов производства; определить предельные нормы замещения производственных факторов.

Производственная функция характеризует техническую зависимость между ресурсами и выпуском и описывает всю совокупность технологически эффективных способов. Каждый способ может быть описан своей производственной функцией.[4, с. 89]

Таким образом, можем сказать, что функцию Кобба-Дугласа можно представить в виде довольно простой структуры, что обусловлено тем, что рассматриваемая функция предполагает вычисления с учетом двух факторов — объемов капитала и трудовых ресурсов.

Однако практическая применимость данной функции очевидна. Функция задействуется в анализе потребительских предпочтений, в кадровом менеджменте, при вычислении эластичности масштабов производства и многого другого, что является ключевыми моментами при анализе современной экономики.

Библиографический список

1. Нуреев Р. М. «Микроэкономика: учебник для вузов. // Норма, Москва, 2002.
2. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. Учебник для вузов. : М., Юрист, 1997.
3. Красильников О.Ю. Отражение структурных сдвигов в теориях экономического роста. Экономика: проблемы теории. // Саратов: Научная книга, 2001.
4. Гальперин В. М., Игнатъев С. М., Моргунов В. И. Микроэкономика. В 2-х томах. // Институт "Экономическая школа", Санкт-Петербург, 2004.

*Волошенко Н.С.
Базавлуцкая Л.М.
г. Челябинск*

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ МАРКЕТИНГА. ВИДЫ МАРКЕТИНГА ПО ТЕРРИТОРИЯМ ОХВАТА

По определению основоположника теории маркетинга американского ученого Ф. Котлера маркетинг - вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. Для пояснения этого определения рассмотрим понятия: нужда, потребность, запрос, товар, обмен, сделка, рынок.

Исходной идеей, лежащей в основе маркетинга, является идея человеческих нужд, где под термином «нужда» - понимается ощущение нехватки человеком чего-либо. Нужды людей многообразны и сложны. Это и физические нужды в пище, одежде, тепле, безопасности, и социальные нужды в духовной близости, влиянии и привязанности; и личные нужды в знаниях и самовыражении. Они являются исходными составляющими природы человека. Вторая исходная идея маркетинга - потребность. Потребность - нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида.

Для удовлетворения потребностей производители предпринимают целенаправленные действия для стимулирования желания обладать товарами. Деятель маркетинга не создает нужду, она уже существует. Потребности людей безграничны, а вот ресурсы для их удовлетворения ограничены. Так что человек будет выбирать те товары, которые доставляют ему наибольшее удовлетворение в рамках его финансовых возможностей.

Спрос - это потребность, подкрепленная покупательской способностью. Нетрудно перечислить спрос конкретного общества в конкретный момент времени. Однако спрос - показатель недостаточно надежный, так как он меняется. На смену выбора влияют и изменения цен, и уровень доходов. Человек выбирает товар, совокупность свойств которого обеспечивает ему наибольшее удовлетворение за данную цену, с учетом своих специфических потребностей и ресурсов.

Человеческие нужды, потребности и запросы удовлетворяются товарами. Под товаром мы будем понимать то, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления. Производитель товара должен отыскивать потребителей, которым они хотят продавать товар, выяснить их потребности, а затем создавать товар, как можно полнее удовлетворяющий их потребности.

Обмен - это основное понятие маркетинга как научной дисциплины. Маркетинг только тогда имеет место, когда люди решают удовлетворить свои нужды и запросы посредством обмена. Обмен - это акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен.

Для совершения добровольного обмена необходимо соблюдение пяти условий:

1. Сторон должно быть как минимум две.
2. Каждая сторона должна располагать чем-либо, что могло бы представить ценность для другой стороны.
3. Каждая сторона должна быть способна осуществлять коммуникацию и доставку своего товара.
4. Каждая сторона должна быть совершенно свободной в принятии или отклонении предложения другой стороны.
5. Каждая сторона должна быть уверена в целесообразности или желательности иметь дело с другой стороной.

Сделка - это основная единица измерения в сфере маркетинга, а так же, коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами, она предполагает наличие нескольких условий:

1. Наличие двух ценностно-значимых объектов;
2. Согласованных условий ее осуществления;
3. Согласованного времени совершения;
4. Согласованного места проведения.

Рынок - это совокупность существующих и потенциальных покупателей товара. В развитом обществе рынок - это не обязательно какое-то физическое место для осуществления сделок. При наличии современных средств связи и транспорта обмен осуществляется через рекламу, телевидение, систему интернет и т.п. без вступления в физический контакт с покупателями.

Маркетинг - это завершающее понятие цикла рынка, это работа с рынком для осуществления обменов, цель которых удовлетворение человеческих нужд и потребностей.

В связи с особенностями развития и акцентами по структуре маркетинговой концепции различают менеджеристский, бихевиористский, интегрированный, инновационный, прямой, стратегический, экологический и социальный маркетинг.

Менеджеристский маркетинг предполагает главенство маркетинговой концепции в управлении фирмой и выдвижение маркетинговой службы на уровень менеджеров высшего звена управления.

Бихевиористский маркетинг основной упор делает на изучение психологии потребителя, мотивации покупательского поведения.

Интегрированный маркетинг уделяет особое значение координации и увязыванию всех составляющих маркетинговых мер воздействия на рынок, а именно: товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политике и равновесию их участия в решении глобальных стратегических задач фирмы.

Инновационный маркетинг идет от научно-технических разработок, основанных на фундаментальных и прикладных научных исследованиях, результаты которых в дальнейшем «просеиваются через сито» предпочтений и требований рынка и затем внедряются в производство и предлагаются конечным потребителям.

Прямо маркетинг характеризуется прямым способом продажи товаров и услуг и предполагает организацию сбытовой деятельности в форме персональных продаж через сбытовых агентов – коммивояжеров, а также в форме продаж по каталогам и ТВ-маркетинга, когда производитель и продавец соответствующей продукции вступают в непосредственный контакт с конечным потребителем.

Стратегический маркетинг определяет в качестве важнейшей функцию разработки глобальных стратегий и стратегического планирования.

Экологический, или «зеленый» вид маркетинга призван решать рыночные и производственно-сбытовые задачи в соответствии с требованиями защиты окружающей среды.

Социальный, или социально-этический, маркетинг направлен не только на удовлетворение запросов конечных потребителей, но и на оптимальное решение экономических и социальных задач, стоящих пред всем обществом, соблюдение его долговременных интересов.

Библиографический список

1. Аакер Д., Кумар В., Дж. Дэй «Маркетинговые исследования» Питер, 2009. – с.47.
2. Барнетт Дж., Мориарти С. «Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход», Питер, 2012.
3. Бурцев В.В. Сбытовая и маркетинговая деятельность – М., 2010.
4. Виноградова С. В., Маркина Н. В., Юдникова Е. С., Яненко М. Б. «Маркетинг торгового предприятия» Питер, 2011.- С. 112.
5. Дорошев В.И. Введение в теорию маркетинга - уч.пособие - М., 2011.

Волхонцева М.В.
г. Челябинск

ФАКТОРЫ И ПОКАЗАТЕЛИ МИГРАЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИИ

В современном мире возрос уровень миграции. В ходе исследований миграции населения определенным территориям дается оценка по уровню их привлекательности для мигрантов.

Миграционная привлекательность территории – это субъективное восприятие степени потенциального изменения уровня жизни в условиях миграции населения. Уровень жизни населения – это уровень благосостояния населения, потребления благ и услуг, совокупность условий и показателей, характеризующих меру удовлетворения основных жизненных потребностей людей. Если уровень жизни населения изменится до отрицательного значения, миграционная привлекательность потенциального региона проживания будет ниже уровня привлекательности текущего места жительства.

Под уровнем миграционной привлекательности территории понимается рейтинг региона среди рассматриваемых аналогичных территорий, составленный на основе факторов миграционной привлекательности.

Миграционная привлекательность для каждого человека в отдельности определяется совокупностью притягивающих факторов и отталкивающих факторов. Для определения показателя региональной миграционной привлекательности, учитываются только притягивающие факторы.

Притягивающие факторы – это достоинства потенциального места жительства с точки зрения мигранта, например, более высокий уровень оплаты труда.

Выталкивающие (отталкивающие) факторы – это те негативные факторы, которые заставляют задуматься о смене места жительства, например, высокий уровень преступности или высокий уровень безработицы.

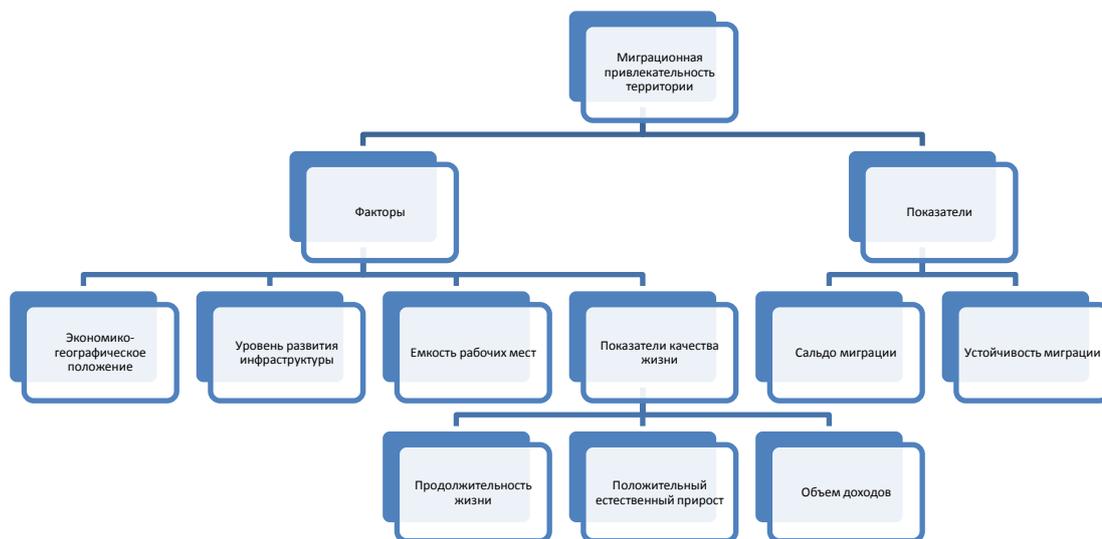
Совокупность факторов привлекательности того или иного региона для различных групп мигрантов условно можно разделить на следующие:

- экономико-географические – географическое расположение регионов, природно-ресурсный потенциал, экология;
- экономические – уровень экономического развития региона: инфраструктура, транспортная сеть, производственные мощности, создание благоприятных условий для

развития предпринимательства, налоговая политика, уровень доходов населения и прожиточный минимум;

– культурно-экономические – демографическая структура: плотность населения, возрастная структура; социальная среда: религиозные, расовые, национальные противоречия, традиции, система ценностей, национальная культура; состояние социальной инфраструктуры: объектов здравоохранения, образования; индивидуальные характеристики мигрантов.

В ходе анализа нами были выделены следующие факторы и показатели миграционной привлекательности территории.



Одними из основных (оказывающих наибольшее влияние) факторов миграционной привлекательности территории являются показатели качества жизни, включающие в себя продолжительность жизни, положительный естественный прирост, объем доходов.

Немаловажным фактором является экономико-географическое положение региона. Мигрантам важно знать расположение региона (удаленность от границ и от центра), климатические условия, рельеф местности, наличие гидроресурсов, экологическая обстановка, экономическое развитие (отрасли производства, емкость рабочих мест).

Одной из причин выбора того или другого города для проживания может стать наличие или отсутствие развитой инфраструктуры.

Оценка миграционной привлекательности территории может быть произведена различными методами, такими как индексный метод, рейтинговый метод, метод группировки.

Рейтинговый метод основан на сравнении между собой и расположении в определенном порядке отдельных показателей миграционной привлекательности и предполагает составление рейтингов показателей. Этот метод популярен из-за его наглядности и простоты подсчетов.

Все показатели оценки миграционной привлекательности территории можно разделить на абсолютные, которые измеряются в натуральных единицах (человек), относительные, получаемые путем деления одного показателя на другой (коэффициенты, проценты) и потенциальные, которые можно выявить только методом опроса. Наиболее распространенным абсолютным показателем оценки миграционной привлекательности территории является миграционное сальдо. Сальдо миграции – это разность числа лиц, прибывших на какую-либо территорию, и числа лиц, выбывших оттуда за один и тот же промежуток времени. Сальдо миграции может быть положительным и отрицательным. В случае, если сальдо миграции имеет положительное значение, говорят о миграционном приросте, в случае отрицательного – о миграционном сокращении.

В общем виде миграционная привлекательность складывается из всех положительных (притягивающих) факторов миграции. Следовательно, в потенциально привлекательном для миграции регионе показатель по выбранному критерию должен быть выше, чем в нынешнем месте проживания, тогда у мигранта будет стимул к смене места жительства.

Библиографический список

1. Алешковский И.А. Внутренняя миграция в современной России: тенденции, детерминанты, политика / И.А. Алешковский. - М.: ТЕИС, 2007. – 96с
2. Зайончковская Ж.А. Миграции населения России: Новейшие тенденции. Проблемы расселения: история и современность / Ж.А. Зайончковская. – М.: Наука, 1997. – 294 с.
3. Переведенцев В.И. Методы изучения миграции населения / В.И. Переведенцев. – М.: Наука. 1975. –230с.
4. Алешковский И.А. Внутренняя миграция как фактор экономико-демографического развития России //Население и экономико- демографическое развитие России: сборник статей. - М.: МАКС Пресс, 2004. –с. 83-91.
5. Архангельский В. Н. Миграция населения // Практическая демография. - М.: ЦСП, 2005. – с. 180 – 209.

*Гамзатова Д.А.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск*

ПРОБЛЕМА ТЕНЕВОГО ОБОРОТА В МАЛОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В данной статье рассмотрена проблема, связанная с теневым предпринимательством. В настоящее время вопросы теневого оборота обладают глобальным характером. Они способствуют осложнению применения предпринимательских возможностей.

Под теневым оборотом следует считать хозяйственную деятельность со стороны юридических и физических лиц, развивающуюся вне государственного учета и контроля. В связи с этим такая деятельность не отражается в официальной статистике [1,с.14].

Интерес отечественных экономистов по отношению к теневой экономике возник в 80-е года. Это можно охарактеризовать социально-экономическими факторами, которые были обусловлены увеличением роли экономики в народном хозяйстве. Также повысился уровень криминализации. Причинами послужили идеологические причины.

Трудоемкость и важность проблем теневой экономики служат в качестве стимула для становления междисциплинарного подхода ее изучения. Специалистами обычно выделяется несколько категорий факторов, способствующих развитию теневой экономики.

К экономическим факторам следует отнести высокие налоги, изменения в структуре областей хозяйственной работы, кризис в финансовой сфере, а также влияние со стороны отрицательных моментов на всю экономику в целом. Несовершенство процессов приватизации ,деятельность незарегистрированных экономических структур – все это также относится к экономическим аспектам.

К социальным факторам следует отнести не высокий уровень жизни, влияющий на развитие скрытых источников дохода, высокую степень безработицы, а также ориентацию некоторой части населения на приобретения денег посредством любых доступных способов.

К правовым факторам следует отнести несовершенное законодательство, неудовлетворительную работу правоохранительных структур, несовершенные механизмы координации по борьбе с преступлениями в сфере экономики.

Теневой оборот выступает в качестве причины для большого количества негативных последствий, которые отрицательно отражаются на экономике государства. Следует перечислить некоторые последствия:

- снижение налоговой базы и увеличение налогового давления на легальные сектора экономики.
- уменьшение конкуренции со стороны легальной экономики.
- увеличение уровня коррупции.

Проблемы, связанные с теневой экономикой, стали для России сложной задачей в сфере государственной защищенности. Решить ее можно только с помощью осуществления комплекса мер во всех областях жизнедеятельности страны. Большую часть усилий должно осуществить правительство.

В связи с необходимостью уменьшения масштабов теневого оборота, необходимы такие меры, как внедрение систем финансового стимулирования выхода из теневого бизнеса по отношению к юридическим лицам и гражданам, ввод финансово целесообразных, объективных, четких систем налогообложения. Необходимо повышать активность безналичных платежей и борьбы с наличными расчетами. Требуется внедрять в государственную структуру действенную защиту собственников и кредиторов. Следует развивать неподкупную, справедливую, профессиональную, правоохранительную судебную систему [2, с.4].

В странах, характеризующихся рыночной экономикой, уже давно имеет место быть теневой оборот. Его масштабы способны варьироваться. Однако не имеется такой страны, в которой степень теневого оборота будет равняться нулю.

Практика зарубежных государств и оценивание российской экономики демонстрируют, что значимую роль в повышении объемов теневого оборота сыграли ошибки, допущенные в момент проведения преобразований экономического характера.

Все вышеописанное говорит о том, что в экономике России необходимы изменения. Соответственно, должна быть проделана большая работа со стороны государственных органов и всего населения страны в целом. Жесткие меры по отношению к нелегальной предпринимательской деятельности не только не приведут к успеху, но и подтолкнут государство к растрате капитала, воссоздать который в последствии будет очень и очень тяжело. Сделать так, чтобы ресурсы работали над единым делом – цель, которая будет достойна подлинных реформаторов.

Библиографический список

1. Латов, Ю.В., Ковалев, С.Н. Теневая экономика: Учебное пособие для вузов/ Ю.В, Латов, С.Н, Ковалев. — М.: Норма, 2007 – 244с.
2. Елисеева, И.И., Щирин А.Н., Капралова Е.Б. Определение объема теневого оборота на основе макроэкономических показателей/ Ю.В, Елисеева, А.Н, Щирин, Е.Б, Капралова. — М.: Вопросы статистики, 2004. — 348с.

***Глазнева С.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ И ЕГО ФУНКЦИИ

Рынок в экономической теории - это совокупность экономических отношений между субъектами рынка по поводу движения товаров и денег, которые основываются на взаимном согласии, эквивалентности и конкуренции.

В свою очередь рыночный механизм - это механизм взаимосвязи и взаимодействия основных элементов рынка: спроса, предложения, цены, конкуренции и основных экономических законов рынка.

Рыночный механизм действует на основе экономических законов: изменения спроса, изменения предложения, равновесной цены, конкуренции, стоимости, полезности и прибыли.

Основной целью рыночного механизма является удовлетворение потребностей. Потребности в отличие от ресурсов, используемых для их удовлетворения, безграничны. Ограниченность ресурсов может быть причиной дисбаланса между производством и потреблением, дефицита благ и услуг, уменьшения правительственных расходов на социальные нужды, нормирования потребления и других малоприятных явлений.

Проблема ограниченности ресурсов заставляет людей выбирать оптимальный вариант использования ресурсов. В условиях ограниченности ресурсов выбор осуществляется с учетом: вида и объема альтернативных продуктов; альтернативных средств производства и технологий для производства продуктов; распределения дохода, налогов и трансфертных платежей; распределения ресурсов для текущего и будущего потребления. При решении этих вопросов покупателям и продавцам необходима информация о редкости и альтернативной стоимости различных товаров и факторов производства. Такую информацию передают различные рынки в основном в форме цен. Именно цены служат индикаторами дефицитности товаров, услуг и производственных ресурсов. Покупатели и продавцы, оценивая информацию, полученную на рынке, принимают решения об объемах покупок и продаж. Обмен новой информацией приводит к изменению цен на рынках. Так, повышение цен на подсолнечное масло будет сигнализировать о его дефиците, связанном с падением урожайности подсолнечника или уменьшением посевных площадей. Рост цен на подсолнечное масло в долгосрочной перспективе вызовет увеличение посевных площадей для получения исходного сырья, что приведет к снижению цены на данный продукт.

Любой рынок независимо от его конкретного вида подчиняется стихийному порядку, при котором субъекты рынка, основываясь на информации и стимулах, координируют свои действия в соответствии со сложившимися условиями. Таким образом, механизм формирования рынка – это процесс взаимодействия субъектов рынка по поводу формирования цен, распределения ресурсов, установления объема и структуры производства.

Основными элементами рыночного механизма являются цены, спрос и предложение, конкуренция.

Изменение относительных цен служит ориентиром для производителя, влияет на выбор технологии, определяет группу потребителей, которая приобретает данный продукт.

Важнейшим фактором, влияющим на спрос, являются потребности. Спектр потребностей и степень их интенсивности постоянно меняются. Поскольку количественно потребности не изменяются, экономическая наука учитывает только те из них, которые обеспечены деньгами.

Спрос – это представленная на рынке потребность в тех или иных товарах, которые потребители могут приобрести при сложившихся ценах и доходах. Однако одного желания и денег для покупки товара недостаточно. Данный товар должен быть произведен в необходимом количестве и ассортименте, т.е. спросу должно соответствовать предложение товара или услуги. Цена, при которой спрос равен предложению, называется равновесной ценой. Колебания спроса и предложения приводят к изменению цены равновесия, что в конечном итоге обеспечивает достижение нового равновесия спроса и предложения, производства и потребления.

На способ достижения рыночного равновесия спроса и предложения существенно влияет характер конкуренции. Конкуренцию определяют максимизация прибыли, которую преследует каждый предприниматель, а значит, и борьба за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров. Усиление конкурентной борьбы между продавцами какого-либо товара происходит при превышении предложения товара над

спросом на него. Если спрос превышает предложение, то конкурировать будут покупатели.

В чем состоит уравнивающая функция рыночных цен?

В каждый данный момент на рынке любого товара существует известный спрос на него и определенное его предложение. Спрос и предложение как противоположные рыночные силы, складывающиеся по поводу данного товара, детерминируют друг друга, сталкиваясь между собой. Эта детерминация осуществляется посредством ценовых сдвигов.

Когда предложение равно спросу, тогда цена (при неизменности покупательной способности денег) является стабильной до тех пор, пока в этих рыночных силах не произойдет какое-либо изменение. Цена, которая отражает равенство спроса и предложения по поводу данного товара, называется его равновесной ценой. Равновесная цена как бы фиксирует гармонию спроса и предложения.

Если же спрос превысит предложение, цена соответственно вырастет относительно прежнего равновесного уровня. Это устанавливает их новое равенство в ценовом выражении и одновременно (при прочих равных условиях) будет стимулировать увеличение предложения, так как более высокая цена заинтересовывает поставщиков товара, что через некоторое время вызовет другое соотношение спроса и предложения, а также новый уровень цены и т.д.

Но коль скоро предложение по поводу данного товара поднимется выше спроса на него, то цена опустится, обеспечивая иное ценовое равенство этих рыночных сил. Более низкая цена может вновь увеличить спрос на этот товар и уменьшить его предложение, вследствие чего цена снова поднимется, фиксируя другое ценовое равенство спроса и предложения и т.п.

Таким образом, свободная цена на конкурентном рынке выполняет уравнивающую функцию – функцию урегулирования спроса и предложения. Если рынок является конкурентным, то в данной функции происходят сбои и требуется или восстановление конкуренции, или государственное вмешательство в целях состыковки спроса и предложения. Последнее целесообразно в случаях естественных монополий и в качестве срочной меры, когда восстановление конкуренции недостижимо в приемлемо короткий период.

Библиографический список

1. Ермишин, П. Г. Основы экономической теории. [Электронный ресурс] URL: <http://www.aup.ru/books/m63/6.htm> (дата обращения: 23.04.2016)
2. Ранок и рыночный механизм. [Электронный ресурс] URL: <http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/rynochnaya-ekonomika.html> (дата обращения: 23.04.2016)
3. Видяпина, В. И. Рыночный механизм и его элементы: спрос, предложение, цена. [Электронный ресурс] URL: <http://lib.vvsu.ru/books/Bakalavr02/page0048.asp> (дата обращения: 23.04.2016)

***Горожанцева Н.В.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ БАНКОВ РФ

Региональные банки России представляют собой систему всей экономики региона, без которой региональный экономический сектор не сможет нормально развиваться и выполнять свои функции. Однако в современном мире существует явная проблема

будущего развития и существования региональных банков, их конкурентоспособность по сравнению с сетями крупных инорегиональных банков.

Неравномерность экономического развития регионов России способствует формированию дисбаланса между регионами по насыщению и предоставлению банковских услуг: чем инвестиционно привлекательнее регион, тем более развита его банковская система (рис.1). Из-за резкой дифференциации по размеру коммерческих банков России, влияние и роль средних и малых банков на реальный сектор экономики региона снижается [1].

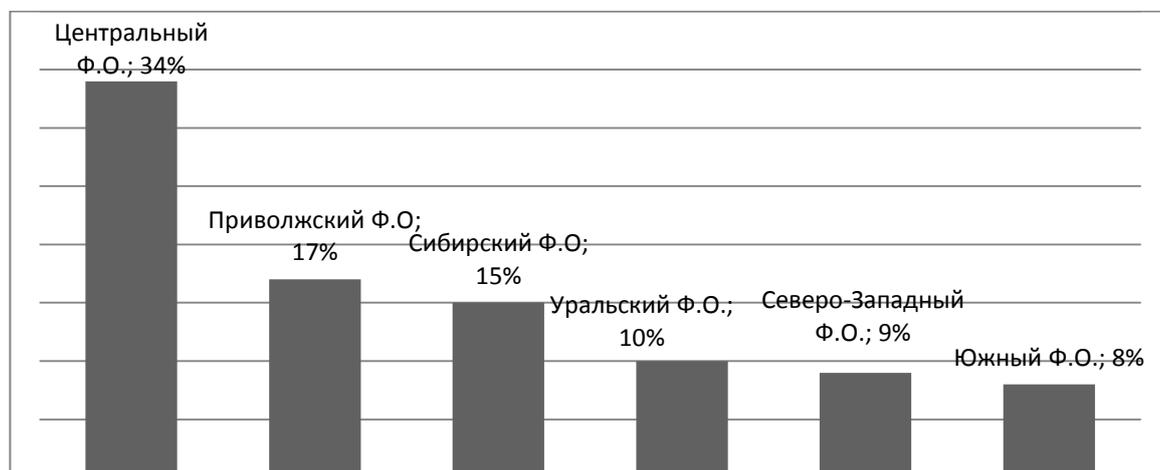


Рис.1 Насыщение и предоставление банковских услуг по регионам.

В сложившейся обстановке региональным банкам необходимо сформировать собственные стратегии бизнес-планирования, строящиеся на анализировании спроса на банковские услуги в своем регионе со стороны реального сектора экономики. Прежде всего это расширение специализации на более востребованные банковские услуги, такие как потребительский кредит, ипотека, а так же кредитование и субсидирование малого и среднего предпринимательства.

Отечественный опыт последних лет показывает, что большинство в структуре банковской системы страны являются малые банки, что характеризует их близость к реальному сектору региона их возможность более оперативно и индивидуально решать задачи на местном уровне, являясь немаловажным фактором развития регионального бизнеса. По сравнению с крупными банками, региональные банки опираются при выборе решения на личное знание кредитоспособности клиентов, более глубоко понимают потребности предпринимательства в данной местности, что позволяет им более универсально подходить к заемщикам.

Региональные банки так же являются одними из главных партнеров малого и среднего предпринимательства и организаций в регионе. Главенствующими причинами взаимодействия малого бизнеса и региональных банков выступает доступность, доверие и возможность проверить репутацию, историю.

Все это основные преимущества большей части региональных банков. Но, у них так же имеются и слабые стороны:

- низкий уровень капитализации;
- слабо развитая филиальная сеть
- дисбаланс структуры активов и обязательств по срокам;
- низкая рентабельность активов и капитала при отсутствии эффекта экономии на масштабах;
- недостаточное развитие банковских технологий;
- дефицит квалифицированных кадров;

— несовершенство систем внутреннего контроля и недостаточный уровень менеджмента;

Для нормального функционирования регионального банка необходимо наращивать объем работающих активов либо увеличивать положительное сальдо между доходами и расходами. Региональным банкам необходимы процессы, направленные на увеличение капитализации и повышение надежности [1].

Поддержка государства регионального банковского сектора, как на всех уровнях должна заключаться в оптимизации законодательно-нормативного регулирования инвестиционных процессов, поддержки малого бизнеса. В связи с этим необходимо:

— ускорить разработку актов, упрощающих доступ малых предприятий к источникам банковского кредитования;

— расширить инструментарий банковского посредничества;

— освободить банки от уплаты налога на прибыль в части источников средств, направляемых на увеличение собственных средств;

— освободить банки от выполнения несвойственных функций;

— снизить налоговую нагрузку на банковскую систему, в части отнесения расходов;

— предоставлять гарантии со стороны региональных органов власти;

— обеспечить компенсацию со стороны государства расходов банков по выполнению ими социальных и других безвозмездных функций;

— разработать долгосрочную региональную программу социально-экономического и финансового развития региона [2].

Для создания стимулов развития местных банков большое влияние играют институциональные преобразования. Необходима поддержка региональных властей в целях создания и методов, оказывающих разные стимулы к развитию разных категорий банков в зависимости от их необходимости на текущий момент.

Но при любых условиях рыночной среды, принципах регулирования и этапах реформ, основным факторами конкурентоспособности должны оставаться эффективная клиентура, развитая филиальная сеть, предложение современных финансовых услуг.

Библиографический список

1. Аганбегян А.Г. Социально-экономическое развитие России- М.: Изд-во «Дело», 2012.
2. Программа «Национальная банковская система России 2010-2020» утверждена XVII съездом АРБ.

***Григорьева А.В.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск***

ПОКОЛЕНИЕ Z

Все чаще мы слышим такие фразы - поколение X, поколение Y, поколение Z. По мнению экспертов рынка труда, теория поколений - не модное увлечение, а возможность привлечь больше людей бренду компании.

У каждого из этих поколений есть свои характерные признаки, по которым они отличаются друг от друга. Поколение Z скоро заменит поколение Y, поэтому важно уже сейчас знать, как можно заманить их на свой рынок.

Описать особенности и различия разных поколений в 1991 году решили два американских исследователя: Уильям Штраус и Нейл Хоув. Поколение X (с 1963 по 1983 гг.). Поколением X обычно называют людей, родившихся в период спада рождаемости,

наступивший после демографического взрыва. «Иксы» пережили продолжение «холодной войны», войну в Афганистане, перестройку, появление СПИДа, распространение наркотиков и другие проявления процессов глобализации. Их основными чертами и ценностями являются готовность к изменениям, возможность выбора, техническая грамотность, стремление учиться в течение всей жизни, прагматизм, надежда на себя, равноправие полов.[1]

Поколение Y (с 1983 по 1990 гг.). На формирование его мировоззрения повлияли: перестройка, распад СССР, «лихие 90-е», терроризм, войны (в Ираке, в Чечне и др.); международный финансовый кризис, повышение стоимости жилья и безработица; телевидение, поп-культура, развитие мобильной и интернет-связи, компьютерных технологий, социальных сетей, и т. п. (именно поэтому появилось еще одно название этого поколения — «электронные люди»).

В систему ценностей этой группы уже включены такие понятия, как гражданский долг и мораль, ответственность, но при этом на первый план выходит немедленное вознаграждение, стремление к комфортным условиям труда, высокая мобильность. Их вполне устраивает достаток на уровне среднего или даже ниже среднего. Они не привязаны к материальным ценностям, не склонны обзаводиться большим количеством вещей. Стабильность для них не так важна, как для старшего поколения.

Поколение Z (с 1990 по 2000 гг.). Технологии у «зетов» в крови, оно обращается с ними уже совсем на другом уровне, чем даже «игреки». Поколение «зет» родилось в эпоху глобализации и постмодернизма. Представители этого поколения еще более сосредоточены на себе, чем «игреки». Их сосредоточенность на собственной персоне приводит к отрешенности от всего внешнего, что их напрямую не касается. «Зетов» называют индивидуалистами, считают инфантильными, не способными начать действовать, даже если это поможет удовлетворить их потребности. Они все стараются делать при помощи современных технологий, легко обходятся без живого общения, зато без мобильных устройств с выходом в Интернет не могут прожить и минуты. Поколение Z также называют «цифровыми аборигенами».[2]

«Зеты» гораздо умнее, чем их родители в том же возрасте. У них есть врожденное понимание маркетинговых механизмов. Они видят, насколько сильна власть соцсетей, и как легко распространять идеи на многомиллионную аудиторию (исследование Navas приводит в пример разжигание восстания с помощью Twitter на Ближнем Востоке). [3]

Они быстро распознают ложь и легко могут проверить любую информацию, с помощью гаджета, который всегда с ними. Их беспокоит одобрение общества — соцсети сделали их жизнь максимально открытой для оценок со стороны других людей. Они привыкли к изобилию информации и множеству разных событий в своей жизни, поэтому для них важны новые впечатления, будь то поход в магазин, использование приложения или просмотр видео.

Разбирая, главные черты поколения Z, можно понять, как привлечь внимания зетов к вашему бренду.

- «Зеты» – индивидуалисты.

Они делают ставку на собственный потенциал и уникальность, полагая, что это позволит достойно существовать. Индивидуальность стала для них главной ценностью, гарантирующей шанс на самореализацию. Бесполезно мотивировать «зета», ставя ему в пример других. Упирайте на его уникальность. Попробуйте общаться с молодежью лично, понять, что им интересно, в чем уникальность каждого из них.

- Измените каналы коммуникации.

Как правило, люди этого поколения проверяют свой телефон около сорока раз в день, они перестали читать газеты и смотреть телевизор. Они будут быстрее реагировать на электронное сообщение, чем на телефонный звонок (39% опрошенных заявили, что подход компаний, которые не продвигают свои продукты на мобильных устройствах, уже

устарел (повод задуматься о создании мобильной версии сайта или рекламы на смартфонах)).

- «Зеты» живут сейчас и здесь.

Они хотят, чтобы результат был достигнут как можно раньше, а начало положено прямо сейчас. Будьте готовы к этому. (Например, стало популярно делать заказы онлайн, с доставкой на дом, будь это одежда или еда и т.п).

Конечно, не все из указанных выше характеристик поколения «Z» одинаково проявляются у всех его представителей. Нюансом является еще то, что многое зависит от воспитания в семье, ближнего окружения, и т. д. В целом важно понимать, что молодежь — разная, и поэтому ваш успех во взаимодействии с ней — в том, чтобы понимать, признавать и учитывать её особенности.

Итак, поколение Z имеет свои характерные особенности, которые следует учитывать при взаимодействии с ними.

Библиографический список

1. Чумаков В. По ком молчит поколение Z [Электронный ресурс]. URL: <http://rugenerations.ru>
2. Леонид Мазурик. Как управлять поколением Z? 12 советов, как найти общий язык с индивидуалистами, живущими в соцсетях? [Электронный ресурс]. URL: <http://hr.superjob.ru>
3. Navas Media. Факторы, влияющие на успешность брендов. [Электронный ресурс]. URL: <http://mediaguide.ru>

Губайдуллина Е.Р.
г. Челябинск

ГЕНДЕРНАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ В СФЕРЕ ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ

Проблема половой дискриминации и сегрегации в сфере труда и занятости находит яркое отражение в современной западной индустриальной социологии труда как экономическая составляющая.

Дискриминация – необоснованное лишение или ограничение прав и свобод представителей определенных категорий населения.

Сегрегация – вид дискриминации, выражающийся в повсеместном отделении некоторых категорий населения от всех остальных.

Первой концепцией, объяснившей причины гендерного неравенства, стала марксистская теория. Ф. Энгельс в работе «Происхождение семьи, частной собственности и государства» изложил точку зрения марксистов на неравенство полов в экономической сфере. По которой, из-за возникновения частной собственности появилось социальное подчинение женщин. Именно по экономическим причинам власть в семье принадлежала мужчине. С одной стороны, женщина была полностью экономически зависима от мужчины. С другой, абсолютная экономическая зависимость женщины давала право мужчине отстранять женщину от управления капиталом. Таким образом, женщина была зависима от мужчины именно по экономическим причинам.

Предположение Ф. Энгельса дало ему возможность сделать вывод о том, что разрушение неравенства станет возможным только при включении женщин в общественное производство. Тем самым будет ликвидирована объективная сторона дискриминации женщин. Поскольку экономическая зависимость женщины от мужчины и наличие частной собственности являются явными чертами капиталистического общества, гендерное неравенство перестанет существовать после исчезновения капиталистического способа производства.

Марксистский подход продемонстрировал в ходе развития истории определенную несостоятельность. Проявления дискриминации не только сохранились в семейной жизни

(например, двойная занятость женщин), но и переместились в общественное производство.

Одно из наиболее распространенных и современных объяснений неравенства является концепция человеческого капитала. Данный вопрос был рассмотрен Г. Беккером, согласно этой концепции работодатель, нанимая работников, оценивает уровень их человеческого капитала, который накапливается в виде квалификации, образования и трудового опыта. Претендент, с наименьшим человеческим капиталом, является менее конкурентно способным.

Действие данной концепции по отношению к женщинам выражается в двух аспектах. Во-первых, накопление человеческого капитала происходит в тех видах деятельности, которыми человек преимущественно занят. У женщин, из поконов веков, это ведение домашнего хозяйства. Значит, для семьи экономически выгодна занятость женщины в домашнем хозяйстве, поскольку, выйдя на рынок труда, она не сможет получить высокооплачиваемую работу, из-за недостатка человеческого капитала. Во-вторых, в связи с временным отстранением женщин от работы, по причине рождения ребенка, они имеют меньший срок накопления человеческого капитала, чем у мужчин.

По этим причинам накопленный человеческий капитал женщины не может быть выше мужского. Следовательно, гендерная дискриминация и сегрегация в сфере труда и занятости полностью неизбежна, и заработная плата будет ниже, при прочих полностью равных условиях.

Также данная концепция объясняет полностью женский коллектив в некоторых сферах деятельности. Исследования показывают, что данные виды деятельности совпадают с выполнением женщиной домашних обязанностей: уход за детьми и их воспитание, ведение домашнего хозяйства.

Другой теорией стала концепция сегментации и двойственного рынка труда П. Дерингера и М. Пиоре. Согласно которой, рынок труда разделен на два сегмента: первичный и вторичный. Первичный сегмент это хорошо оплачиваемые престижные профессии с высоким статусом и трудовой карьерой. Вторичный сегмент это низкооплачиваемые работы с плохими условиями труда.

Так, высокая заработная плата вынуждает работодателя подбирать на эти рабочие места персонал, взаимоотношения с которым будут долгосрочными. В этом отношении женщины рассматриваются как ненадежные работники. Указанная причина объясняет, почему занятость женщин в основном ограничена вторичным сегментом.

Анализ факторов, влияющих на уровень экономической активности, по гендерным группам показывает некоторые отличия⁴. Так на экономическую активность женщин, в отличие от мужчин, отрицательное влияние оказывает количество детей. Этот результат легко объясним, ведь именно на женщин ложится основная нагрузка, связанная с воспитанием детей. Для женщин более сильное (чем для мужчин), положительное воздействие на уровень экономической активности оказывает уровень образования. Это означает, что для женщин образование приносит большую отдачу с точки зрения улучшения позиций на рынке труда. Для мужчин больший, чем для женщин, вклад в изменение уровня экономической активности вносят характеристики здоровья. Тенденции влияния здоровья на участие в рабочей силе одинаковы и для мужчин, и для женщин, но при очень плохих оценках здоровья уровень экономической активности мужчин снижается сильнее.

Отрицательное влияние размера пенсий, доходов других, кроме супруга, членов семьи, регионального уровня безработицы, отмечается только для мужчин. В то же время положительное влияние возраста, уровня региональной заработной платы и отрицательное влияние статусов пенсионера и учащегося, доходов супруга, наблюдается как для мужчин, так и для женщин. Это свидетельствует о том, что структуры факторов, влияющих на экономическую активность, у мужчин и женщин близкие. Высокий уровень женской занятости привел к тому, что женщины при принятии решений об экономической

активности ведут себя также как и мужчины. Но эффект отчаявшегося работника и эффект дохода, снижающие уровень экономической активности, наблюдаются скорее для мужчин, чем для женщин. Таким образом, активность мужчин на рынке труда зависит в большей степени от экономических факторов, а женщин от социально-демографических факторов.

Ни одна из перечисленных концепций не объясняет в полной мере гендерной дискриминации женщин в сфере труда и занятости. Очевидно, что наряду с факторами экономической составляющей, огромную роль играют поведенческие стереотипы.

Библиографический список

1. Тадевосян Э.В. Словарь-справочник по социологии и политологии
2. Токарская Н.М., Карпикова И.С. Социология труда: Учебное пособие / Под редакцией М.А. Винокурова. – М.: Университетская книга, Лотос, - 2006. – 208с.
3. Рощин С.Ю. Гендерное равенство и расширение прав и возможностей женщин в России в Контексте целей развития тысячелетия (Статья).

*Дерябина А.В.
Ничков К.М.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск*

ФИНАНСИРОВАНИЕ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКИХ СПОРТИВНЫХ ШКОЛ

Занятие спортом-это одно из самых полезных времяпровождений. Ведется много разговоров, что школьникам необходимо заниматься спортом. В наше время особенно актуально вести здоровый образ жизни. Родители стараются с самого детства привить любовь к спорту своим детям. Ведь именно активный образ жизни поможет чувствовать себя полным сил. Очень важно выбрать именно тот вид спорта, который придется по душе ребёнку. И не мало важно выбрать спортивную школу с хорошим финансированием, чтобы у ребенка была возможность выезжать на соревнования и сборы.

Детско-юношеские спортивные школы являются внешкольными учебными заведениями спортивного профиля-учреждениями спорта и физической культуры, которые обеспечивают развитие способностей воспитанников в том или ином виде спорта.

Задачи детско-юношеских спортивных школ:

- 1)Создание и обеспечение условий для организаций активного досуга;
- 2)Формирование здорового образа жизни;
- 3)Творческое развитие;
- 4)Профессионального самоопределения в выборе профессии;
- 5)Развитие интеллектуальных, нравственных и физических качеств;
- 6)Достижение спортивных результатов.

На территории Южного Урала действуют более 132 спортивные школы, 7 центров олимпийской подготовки, развивается более ста видов спорта.

Государство создает условия для укрепления существующей материально-технической базы и создания новой материально-технической базы спортивных школ и училищ олимпийского резерва, в целях решения стоящих перед ними задач обучения.

Финансирование находящихся в ведении исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации и (или) органов местного самоуправления спортивных школ и училищ олимпийского резерва, в том числе финансирование их участия во всероссийских соревнованиях, осуществляется за счет средств бюджетов соответствующих уровней и других не запрещенных законом источников. Финансирование иных спортивных школ и училищ олимпийского резерва осуществляется их учредителями в соответствии с законодательством.

Проблемы. Сейчас у многих спортивных школ не простая финансовая ситуация. Проблема заключается в нехватки финансов для покупки нового инвентаря, экипировки для ведущих спортсменов, выезда на соревнования и спортивные сборы. А ведь все эти пункты необходимы для достижения высоких результатов.

Таким образом, в рамках программы подготовки спортивного резерва дополнительное финансирование с 2016 года получают спортсмены по 27 олимпийским дисциплинам, со спортивными званиями выше кандидатов в мастера спорта, которые демонстрируют высокие результаты на соревнованиях всероссийского и международного уровня. Также мин-спорт выделит отдельные денежные средства на научное, методическое сопровождение и на обучение тренеров. Курировать данную деятельность будет новое спорт-учреждение – центр спортивной подготовки Челябинской области.

Перспективы. В 2016 году по поручению губернатора Челябинской области учреждениям спортивной подготовки будут выделены дополнительные средства, сообщил глава министерства по физической культуре и спорту региона Леонид Одер. Общая сумма финансирования составит порядка 143 млн рублей.

Подготовка спортсменов-главная задача детско-юношеских спортивных школ. А для качественной подготовки нужно финансирование. Хочется верить, что несмотря на кризис государство будет выделять средства на финансирование спортивных школ.

Библиографический список

1. Кузин, В.В. Экономика физической культуры и спорта: Учеб. пособие / В.В. Кузин. - Москва, 2011.
2. Орлова, Е.В. Спорт как объект правового регулирования в России: «Спорт: экономика, право, управление» / Е.В. Орлова. - 2012.
3. Роднина, И.К. Физическая культура и спорт для молодежи: Аналитический вестник Государственной Думы РФ / И.К. Роднина, М.Н. Давыденко.
4. Правовое обеспечение развития детско-юношеского и студенческого спорта. / Москва, 2004.
5. Концепция проекта Федерального закона «О спортивной подготовке», «Учреждения физической культуры и спорта: бухгалтерский учет и налогообложение» / 2008.
6. Газета«Пласт» / 02.12.2015.

*Дзюба К.А
Кондаурова А.А
Федорова К.А.
г. Челябинск*

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В настоящее время налоговая политика является важнейшим из звеньев экономической политики в целом, которое ответственное за регулирование экономических процессов в обществе. Налоговая политика – совокупность экономических, финансовых и правовых мер государства по формированию налоговой системы страны, создающей условия для своевременной и полной уплаты налогов и сборов в целях обеспечения финансовых потребностей публичной власти, отдельных социальных групп общества, а также развития экономики страны за счет перераспределения финансовых ресурсов.[1]

Основными задачами налоговой политики являются:[2]

- 1) обеспечение государства финансовыми ресурсами;
- 2) регулирование экономики;
- 3) решение социальных задач.

Налоговая политика является успешной, когда достигается соотношения ее функций и интересов государства и налогоплательщиков. Налоговая политика должна постоянно изменяться, подстраиваться под экономические и политические реалии настоящего времени, она не может оставаться неизменной в течение длительного периода времени. Это можно объяснить тем, что постоянно происходят изменения на уровне экономики страны, а так же и на мировой политической арене, и это приводит к соответствующим изменениям в налоговой политике. И для того, чтобы достичь эффективного функционирования налоговой политики, необходимо адаптировать ее к современным условиям экономики.

Важнейшим фактором проводимой налоговой политики в нашей стране является необходимость поддержания сбалансированности бюджетной системы Российской Федерации, а так же необходимо сохранить неизменность налоговой нагрузки по секторам экономики, в которых достигнут ее оптимальный уровень.[1]

В России используется первый тип налоговой политики, так называемая политика максимальных налогов. Она осуществляется через налоговый механизм, который включает: [2]

- 1) планирование налогов;
- 2) организацию взимания налогов;
- 3) стимулирование взимания налогов;
- 4) налоговый контроль.

Развитие системы налогообложения в России происходит. Министерство финансов РФ опубликовал Основные направления налоговой политики Российской Федерации на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годов, проект от 22 мая 2015 года.

Согласно документу, в течение очередного трехлетнего периода приоритетами Правительства РФ будут:

- недопущение увеличения налоговой нагрузки на экономику;
- применение мер налогового стимулирования инвестиций;
- проведение антикризисных налоговых мер;
- дальнейшее повышение эффективности системы налогового

администрирования.

Успешной реализации приоритетов налоговой политики РФ на ближайшие 3 года призваны способствовать следующие меры:[3]

1. Меры, направленные на легализацию капиталов и активов, в том числе их возврат в РФ:

- Добровольное декларирование физическими лицами имущества (счетов и вкладов в банках) и предоставление таким декларантам внушительного объема госгарантий.

- Налоговая амнистия на возврат капиталов.

2. Антикризисные меры

- Льготы по налогу на прибыль для организаций для новых производств на своей территории («гринфилды») в пределах общего объема осуществляемых ими капитальных затрат по аналогии с льготами Дальнего Востока.

- Повышение порогового значения стоимости амортизируемого имущества вплоть до 80-100 тыс. рублей, что позволит списывать в затраты стоимость недорогого оборудования одновременно в момент его вводу в эксплуатацию, а не через механизм начисления амортизации.

- Меры по налоговому стимулированию развития малого предпринимательства через специальные налоговые режимы:

1) расширение перечня видов деятельности, в отношении которых может применяться патентная система налогообложения;

2) распространение права на применение 2-летних «налоговых каникул» по упрощенной системе налогообложения и патентной системе налогообложения на деятельность в сфере бытовых услуг;

3) предоставление субъектам РФ права снижать ставки налога на доходы с 6% до 1% для налогоплательщиков, применяющих «упрощенку», в зависимости от категории налогоплательщиков и видов деятельности;

4) предоставление права представительным органам муниципальных образований, законодательным органам Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя снижать ставки единого налога на вмененный доход с 15% до 7,5% в зависимости от категорий налогоплательщиков и видов деятельности.

- Патент для самозанятых физических лиц, не имеющих наемных работников.

Такая система по своему замыслу должна позволить этим лицам уплачивать налог и обязательные платежи по страховым взносам по принципу «одного окна» одновременно с регистрацией в качестве самозанятых лиц (возможно, без получения статуса ИП), а также регистрироваться по упрощенной процедуре на срок, за который уплачен соответствующий платеж.

- Повышение порога по выручке, которая позволяет уплачивать авансовые платежи по налогу на прибыль организаций только по итогам квартала, в 1,2-1,5 раза.

- Продление меры, в рамках которой в 2015 году была снижена до 0 минимальная величина процентной ставки по займам между взаимозависимыми лицами, совершаемых внутри России, при выходе за которую необходимо обосновывать рыночный уровень процентной ставки.

- Введение в законодательство о налогах и сборах понятия займа, направленного на капитализацию дочерних предприятий, при котором такой договор займа, где кредитором выступает российская организация, в налоговых целях рассматривается как инвестиция в дочернее общество, проценты в налоговых целях облагаются как дивиденды, включая предоставление льготы при стратегическом участии.

1. Совершенствование порядка налогообложения НДС

2. Меры в части акцизного налогообложения

- Индексация ставок акцизов
- Порядок исчисления и уплаты акцизов

Мера, на наш взгляд очень эффективная и необходимая, так именно из-за уклонения от уплаты акцизов ежегодно государственный бюджет теряет большие суммы.

3. Меры в части налогообложения природных ресурсов

4. Совершенствование налогового администрирования

5. Борьба с размыванием налоговой базы и выводом прибыли из-под налогообложения

Направления работы, выделенные государством, очень обширные каждое из них имеет большое количество подпунктов, работа над ними важна и очень нужна. По результатам 2015 года уже видны положительные тенденции от реформ государства. Реформирование системы налогообложения, положительно сказывается на других государственных экономических составляющих и это, конечно же, способствует росту экономики России в целом.

Как говорил К. Маркс: «В налогах воплощено экономически выраженное существование государства». Очевидно, налоговые реформы будут проводиться исходя из того, что существующая система совокупности налогов, механизмов их исчисления и методов контроля не должна принципиально измениться, но всегда должна следовать изменениям в государстве и быть гибкой и подвижной. Описанные нами меры с одной стороны поддерживают предпринимательскую деятельность (увеличение сегмента малого

предпринимательства в частности), стимулируют добровольную уплату налоговых платежей за счет предоставления различных льгот, а с другой, обеспечивают наполнение бюджета в условиях дефицита и способствуют повышению уровня налоговой дисциплины среди налогоплательщиков.

Библиографический список

1. Абрамов, М.Д. Вопросы совершенствования налоговой системы России // Налоговые споры: Теория и практика. – 2012. – № 9
2. Княжева, О.В. Современная налоговая политика России и тенденции ее развития в 2015-2016 гг.
3. <http://www.delprof.ru/press-center/articles/2734/>

*Дрёмина А. К.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск*

КРЕДИТ И ЕГО РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ

На сегодняшний день вопрос о кредите рассматривается довольно широко и является особенно актуальным, так как занимает важное место в структуре экономики. Организация кредитного обслуживания предприятий, физических и юридических лиц, населения, играет важную роль в развитии хозяйственных структур. Ведь от эффективности функционирования кредитно-финансового механизма зависит не только получение средств отдельными лицами или предприятиями, но и темпы экономического развития в целом. Параллельно с этим, эволюция кредитной системы в полной мере определяется экономической ситуацией в стране.

Важным вопросом, требующим несомненного внимания, является роль кредита в экономике. Чтоб более хорошо разобраться в этом для начала рассмотрим, что же такое кредит. Есть множество понятий, но наиболее общим будет следующее понятие:

Кредит- это сделка по передаче материальных ценностей в ссуду, в виде денежной или товарной формы, при условии их последующей выплаты вместе с начисляемыми процентами. Товарная форма кредита существовала исторически, до появления денежных средств и заключалась в передаче конкретной вещи, определенной родовыми признаками, во временное пользование. Денежная форма кредита преобладает в современной экономике и предполагает передачу какого-либо количества денежных средств во временное пользование. Также на сегодняшний день существует смешанная форма. Она подразумевает под собой то, что кредит может быть выдан деньгами, а возвращён в форме товара или наоборот - выдан в форме товара, но возвращён деньгами.

Типы организации кредитного дела на каждом этапе историко-экономического развития были разные и отвечали соответствующим потребностям в кредитно-финансовом обслуживании.

В 20 веке кредитные отношения развивались в условиях сильной инфляции. В начале 21 века эта тенденция сохраняется и это в определенной степени объясняет кризисное состояние кредита и рефинансирования. Также на медленное развитие кредитных отношений повлияли высокие экономические риски, вызванные кризисным состоянием экономики в 1990-е годы. Из-за изменения организационной структуры кредитной системы механизм ее функционирования постоянно меняется.

В основе кредита лежит содержание экономических процессов, происходящих только при наличии кредитных отношений. Если взять самый простой обмен одного вида товаров на другой, то уже в нем содержатся все виды стоимости и кредитная в том числе.

Иными словами, сущность кредита заключается в особенностях взаимоотношения субъектов кредитных отношений, а ими являются заёмщик и кредитор. Заёмщиком может быть физическое или юридическое лицо, которому выдается ссуда при условии, что он ее

должен погасить в строго установленный срок. А кредитор-это тот субъект кредитных отношений, который обладает свободными активами и стремится получить прибыль в виде процентов.

Объектом кредитных отношений, в узком понимании, является вещь, ради которой совершается сделка или под которую выдается ссуда. В широком понимании, объект- это не только вещь, ценность, но и процесс, который вызывает потребность в кредите и ради которого совершается кредитная сделка, выгодная для обеих сторон. В финансовой терминологии объектом кредитных отношений является ссуженная стоимость, по-другому - ссудный капитал.

Заёмная ценность, как объект займа, должна быть в наличии и передаваться кредитором заёмщику. Такое отношение оформляется соответствующим договором в полном соответствии с действующим законодательством.

В современном мире очень актуальны, так называемые «быстрые» кредиты, предоставляемые банками. Так как большинство населения нуждается в ежедневных расходах, медицинских услугах, совершает крупные покупки. Чуть меньшая часть имеет необходимость в покрытии долгов, путешествиях и развлечениях и т.д.

Рассмотрим, что же такое банк? Центральный банк- это главный регулирующий орган кредитной системы страны или сразу нескольких стран. Коммерческий банк- это финансово-кредитная организация, занимающаяся различными финансовыми операциями, которая работает с деньгами и ценными бумагами и предоставляет различные финансовые услуги государству, а также физическим и юридическим лицам.

Средства, предназначенные для восполнения основного капитала и накапливаемые по мере перенесения его стоимости в форме амортизационного отчисления, часть оборотного капитала, которая высвобождается в денежной форме, движение средств бюджетной системы - все это является, важнейшими источниками кредита.

Возврат кредита представляет собой переход временно заимствованных денежных средств от заёмщика обратно к кредитору. То есть стоимость, совершившая определенный круг в руках заёмщика, возвращается от своего временного владельца и переходит кредитору.

Таким образом, кредит играет очень важную роль в экономике страны. Он увеличивает скорость обращения денежных средств и оказывает активное воздействие на ее структуру, при переходе на безналичную систему расчета, откуда следует уменьшение объема печатной денежной массы и уменьшение затрат на ее выпуск. Кредит ускоряет формирование источников капитала для увеличения производства, на основе достижений научно-технического прогресса.

Библиографический список

1. Свободная энциклопедия «Академик» [электронный ресурс]- Энциклопедия инвестора. – Режим доступа: <http://investments.academic.ru/1086/Кредит> (дата обращения: 19.04.16)
2. Bestreferat.ru/Роль кредита в экономике [электронный ресурс]- Теоретические основы кредита и кредитных отношений.- Режим доступа: <http://www.bestreferat.ru/referat-175183.html>
3. Электронная энциклопедия «Студопедия» [электронный ресурс]- Кредит и его роль в экономике. Структура кредитно-денежной системы страны и характеристика ее элементов.- Режим доступа: http://studopedia.ru/4_61896_kredit-i-ego-rol-v-ekonomike-struktura-kreditno-denezhnoy-sistemi-strani-i-harakteristika-ee-elementov.html
4. Электронный каталог «БАНКИ: Деньги, инвестиции, бизнес» [электронный ресурс]- Сущность кредита, субъекты и объекты кредитных отношений.- Режим доступа: <http://www.bankmib.ru/1079>

БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА

В настоящее время мы не представляем себе жизнь, без современных банков. Потенциальными клиентами банков становится каждый человек в определенный момент своей жизни. Каждый при этом задумывается о том, с каким банком лучше сотрудничать, ищет выгодные условия. На современном этапе развития каждый человек понимает значимость деятельности банков в жизни простого обывателя, а так же предприятий, деятельность которых не обходится без кредитования.

Банки являются основой любой экономической системы. С одной стороны мы видим быстрые темпы развития банков на современном этапе, постоянно открываются новые банки, с другой стороны многие из них, являются банками «однодневками» и не гарантируют вкладчикам надежность и сохранность их вкладов. Кроме этого многие филиалы банков, имея возможность самостоятельно принимать решения о выдачи кредитов на местах, согласно их лицензии, перестраховываются и, ссылаясь на решения головного банка, отказывают клиентам.

Банковская система – это совокупность действующих в стране банков, кредитных учреждений, отдельных экономических организаций, выполняющих банковские операции и специализированных компаний, обеспечивающих деятельность банков и кредитных учреждений: расчетно-кассовые и клиринговые центры, организации по аудиту банков, дилерские компании по работе с ценными бумагами банков, фирмы, обеспечивающие банки оборудованием, информацией, кадрами[1].

Челябинская область обладает достаточно развитой банковской системой: 12 самостоятельных банков региона и 44 филиалов банков других регионов, в том числе 30 московских, и государственный Сберегательный банк РФ. Четыре банка области: ОАО «Челиндбанк», Кредит Урал Банк, Челябинвестбанк и Углетметбанк входят в число 200 крупнейших банков страны, а крупнейший банк региона - ОАО «Челиндбанк» в первую сотню.

Все кредитные организации, действующие в регионе, делятся на три группы: самостоятельные банки региона, филиалы банков других регионов и ОАО «Сбербанк». На рынке потребительского кредитования местные банки и ОАО «Сбербанк» показали одинаковую динамику - 61%, а филиалы почти в два раза большую 114%. Поскольку средний прирост по банковской системе страны составил 77%, по региональным банкам 95%, а ОАО «Сбербанку» 47%, следовательно, банки региона показали более низкую конкурентоспособность на этом рынке, а ОАО «Сбербанк» в Челябинской области, напротив более высокую, чем в целом в стране. Потребительское кредитование - единственный сегмент, где филиалы опередили региональные банки по доле рынка [2].

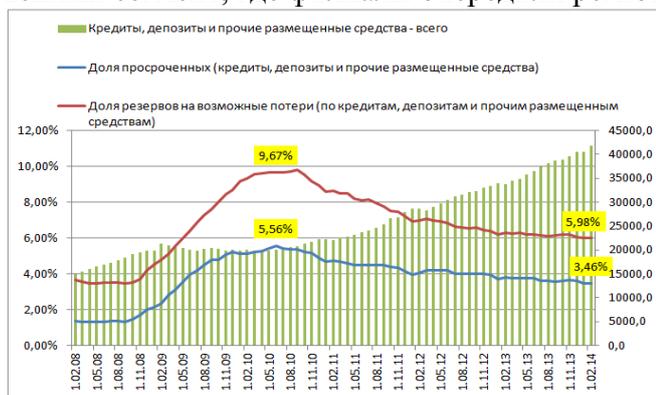


График 1. Динамика потребительских кредитов банковского сектора в целом по России за 2008-2014 г

Еще один показатель - инвестиции в ценные бумаги. В области из местных банков существенные портфели ценных бумаг имеют ОАО «Челиндбанк» и ОАО «Челябинвестбанк». Абсолютно все группы банков уделяют больше внимание развитию инфраструктуры. В первую очередь, это банкоматные сети. По 36% от общего числа имеют банки области и филиалы, 28% - Сбербанк.

Расширение присутствия различных банков в субъектах федерации является одним из важнейших направлений стратегии развития банковской системы. Наличие сети филиалов и дочерних банков позволяет сделать услуги более доступными широкому кругу клиентов. Это увеличивает привлечение денежных средств клиентов.

Надо отметить, что филиалы и отделения головных банков активно развивают сотрудничество с региональными клиентами среднего бизнеса (это видно по структуре клиентской базы). Прирост клиентской базы именно в этом сегменте сможет обеспечить решение задач связанных с увеличением комиссионных доходов.

Таким образом, банки обеспечивают рыночное хозяйство системой каналов, по которым можно удобнее и быстрее перемещать деньги, необходимые гражданам, государству и предпринимателям. Именно оказание таких услуг, а также, обеспечение надежного хранения ценностей испокон веков и приносят банкам основную часть их доходов. Соответственно главная забота банкиров всего мира - ускорить и облегчить движение денег, создать новые удобства для своих клиентов и получить за это дополнительную плату.

Библиографический список

1. Банковская система. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://mir-fin.ru/bankovskaya_sistema.html
2. Банковская система Челябинской области. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.businessural.ru/teaching/razvitie/bank>

***Дьякова В.И.
Тюнин А.И.
г. Челябинск***

ЗАНЯТОСТЬ И БЕЗРАБОТИЦА НАСЕЛЕНИЯ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

В экономической теории используется два показателя, которые могут характеризовать объективную картину экономической нестабильности на рынке труда: *уровень безработицы* и *средняя ее продолжительность*. Показатель уровня безработицы используется для измерения масштабов безработицы и измеряется как доля официально зарегистрированных безработных к численности занятых в производстве.

Согласно российскому законодательству о занятости населения официально безработными признаются трудоспособные граждане в трудоспособном возрасте, которые по независящим от них причинам не имеют работы и заработка (трудового дохода), зарегистрированы в государственной службе занятости в качестве лиц, ищущих работу, способны и готовы трудиться и которым эта служба не сделала предложений подходящей работы [1].

В своей статье приводится анализ занятости и безработицы населения Челябинской области за 2016 год. Анализ проводился по данным на конец месяца.

1. Январь.

По данным еженедельного мониторинга, уровень регистрируемой безработицы в Челябинской области на 13 января 2016 года составил 1,82%, напряженность на рынке труда – 2,33 чел./вак.

На учете в центрах занятости населения состоит: незанятых граждан – 37674, безработных – 33830.

Количество имеющихся вакансий в центрах занятости населения области, заявленных работодателями, составило 16205 единиц, в том числе: постоянные рабочие места – 16001, временная занятость – 31, общественные работы – 173.

С начала года областной службой занятости населения трудоустроено 329 человек (в том числе безработных - 278 человек), из них: на постоянные вакантные места – 291; на временные – 38.

С начала года трудоустроен на общественные работы 61 человек [4].

2. Февраль

По данным еженедельного мониторинга, уровень регистрируемой безработицы в Челябинской области на 24 февраля 2016 года составил 1,98%, напряженность на рынке труда – 2,02 чел./вак.

На учете в центрах занятости населения состоит: незанятых граждан – 42196, безработных – 36901.

Количество имеющихся вакансий в центрах занятости населения области, заявленных работодателями, составило 20928 единиц, в том числе: постоянные рабочие места – 20480, временная занятость – 64, общественные работы – 384 [3].

С начала года областной службой занятости населения трудоустроено 4582 человека (в том числе безработных - 3266 человек), из них: на постоянные вакантные места – 3454; на временные – 1128, привлечено к самозанятости - 20 человек [5].

3. Март

По данным еженедельного мониторинга, уровень регистрируемой безработицы в Челябинской области на 30 марта 2016 года составил 2,02%, напряженность на рынке труда – 2,19 чел./вак.

На учете в центрах занятости населения состоит: незанятых граждан – 42724, безработных – 37579.

Количество имеющихся вакансий в центрах занятости населения области, заявленных работодателями, составило 19506 единиц, в том числе: постоянные рабочие места – 18575, временная занятость – 193, общественные работы – 738 [5].

С начала года областной службой занятости населения трудоустроено 8189 человек (в том числе безработных - 5976 человек), из них: на постоянные вакантные места – 5952; на временные – 2237, привлечено к самозанятости - 49 человек.

Таким образом, проанализировав статистику занятости и безработицу населения Челябинской области, мы можем сделать некоторые выводы:

- увеличение численности безработных граждан (по уровню регистрируемой безработицы). В период с января по март 2016 года этот показатель изменился на 0,2%;
- увеличение уровня регистрируемой безработицы (этот показатель также следует первого пункта) [2];
- снижение напряженности на рынке труда. В рассматриваемый период этот показатель уменьшился на 0,14 чел./вак. Я считаю, что это следует из сокращения численности или штата работников, ликвидации организаций [3].

Библиографический список

1. Адамчук В.В., Ромашов О.В., Сорокина М.Е. Экономика и социология труда В.В.Адамчук. – М.:ЮНИТИ,2000. – 407 с.
2. Иванова Е.В. Молодежный рынок труда: проблемы сбалансированности / Вестник Челябинского государственного университета. - 2012. - №3. – 89 с.

3. Информация о положении на рынке труда Челябинской области. - <http://www.czn.trg.ru/content/informatsiya-o-polozhonii-na-rynke-truda-chelyabinskoi-oblasti>

4. Новости Челябинска и Челябинской области. - <http://www.lobl.ru/news/eto-interesno/predpriyatiya-chelyabinskoy-oblasti-zayavili-o-sokrashchenii-bolee-7000-sotrudnikov-v-2014-godu/>

5. Официальный сайт Главного управления по труду и занятости населения Челябинской области. - <http://szn74.ru>

*Евстифеева Д.С.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОВРЕМЕННОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

Современная система кредитования в РФ – одна из форм стабильности и экономического роста страны. Это «совокупность самых разнообразных кредитно-финансовых институтов, действующих на рынке ссудных капиталов и осуществляющих аккумуляцию и мобилизацию доходов, состоящая из нескольких институционных звеньев или ярусов» [1, с.135].

Как всем известно, кредитная и банковская системы взаимосвязаны, их развитие происходит в совокупности, и без совершенствования банковской системы невозможно эффективное кредитование финансовыми организациями различных секторов экономики.

В настоящее время в связи с последними политическими событиями и напряженностью внешнеполитических и экономических отношений РФ со странами ЕС и США многие сектора российской экономики могут быть подвержены негативным последствиям этих изменений. От эффективности кредитной системы РФ в сложившейся ситуации зависит уровень хозяйственных отношений в данных секторах, их финансовый результат для страны.

Слово «кредит» происходит от латинского «creditum» – ссуда, долг (иногда толкуют как «верую» или «доверяю»)[2, с. 131].

Банковское кредитование осуществляется по различным видам кредитов, например, мелкие, средние, крупные, краткосрочные и долгосрочные, национальные, иностранные и т.д.

Помимо приведенных форм кредита к операциям банка относятся операции по экономической природе близкие кредиту (ипотека, лизинг, факторинг). Специфика их механизма отражена в законодательстве и специальных нормативно - правовых документах.

Стремительные перестройки в мировой экономике позволили выявить в условиях кризиса проблемы современной кредитной системы РФ, тормозящие ее развитие.

К таким проблемам можно отнести:

- 1) существование мелких коммерческих банков со слабой финансовой базой;
- 2) проблемы ипотечной системы;
- 3) проблемы автокредитов;
- 4) удорожание кредитов для населения;
- 5) ужесточение условий банков по всем видам кредитов для населения и юридических лиц в условиях нестабильности экономической ситуации;
- 6) конкуренция со стороны новых кредитно-финансовых институтов, страховых фирм и инвестиционных фондов, которые привлекают вклады населения не на подлинной коммерческой основе, а по принципу «пирамиды»;
- 7) неспособность многих банков к кредитованию производства;

- 8) падение спроса на кредиты;
- 9) уменьшение объемов кредитования;
- 10) снижение доверия населения к кредитным организациям в связи с потерей вкладов;
- 11) ужесточение позиций международного банковского сообщества в отношении российских кредитных учреждений [4, с. 68] на фоне политических событий и отношения к ним России.

В последнее время увеличится спрос на краткосрочные кредиты, а также кредиты по ипотеке из-за роста цен на аренду жилья. При этом ипотечное кредитование не будет демонстрировать стремительного роста, напротив, многие банки будут уменьшать количество выданных кредитов или пересматривать условия их предоставления. При этом сократится рост непогашенных кредитов из-за увеличения платежеспособности населения.

Старая модель роста кредитования, основанная на увеличении внешних заимствований, будет заменена моделью, рассчитанной на внутренние сбережения граждан и доленое финансирование кредитов.

Необходимо применить ряд мероприятий по повышению эффективности отдельных видов кредитования:

- 1) обеспечение государственной поддержки российским банкам;
- 2) увеличение объемов кредитов из федерального бюджета субъектов РФ и срока их предоставления до 3 лет;
- 3) создание благоприятных условий для кредитования коммерческими банками субъектов малого и среднего;
- 4) расширение целевого кредитования предприятий под расчеты за поставленную продукцию (факторинг);
- 5) предоставление субсидий на развитие образовательных кредитов;
- 6) предоставление субсидий на укрепление банковской системы;
- 7) улучшение требований к заемщикам;
- 8) увеличение объема кредитов крупных российских банков;
- 9) снижение ставок по кредитам в крупных российских банках до 10-12% и повышение доверия заемщиков;
- 10) предоставление кредитов по ипотеке на длительный срок (10-25 лет);
- 11) развитие ипотечного кредитования под залог недвижимости [3, с. 649];
- 12) сокращение непогашенных долгов по кредитам.

В современных условиях необходима определенная сдерживающая позиция государства в отношении регулирования ставок и создания благоприятных условий выплаты задолженности по кредитам.

Устойчивость кредитной системы РФ и рост ее качественных показателей должны быть приоритетными вопросами, т.к. четко выверенный механизм кредитования обеспечивает устойчивое развитие экономики страны.

Библиографический список

1. Денежно-кредитный энциклопедический словарь / сост. С.Р. Моисеев. – М.: Дело Сервис, 2006. – 383 с.
2. Костерина Т.М. Банковское дело: учебно-практическое пособие. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2009. – 360 с.
3. Кулешова Л.В., Лапина Е.Н. Ипотечное кредитование как способ решения жилищной проблемы в России // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2012. – № 05 (079). – с. 648-659. URL: <http://ej.kubagro.ru/2012/05/pdf/47.pdf> (дата обращения 02.05.2012).
4. Селезнев А. Проблемы совершенствования кредитно-банковской системы // Экономист. – 2009. – с. 96-101

РЕАЛИЗАЦИЯ МЕТОДА ПРОЕКТОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМ ДИСЦИПЛИНАМ

Метод проектов — это способ достижения цели через детальную разработку проблемы, которая должна привести к реальным и практическим результатам; это совокупность приёмов и действий учащихся в определённой последовательности для достижения поставленной задачи.

Основной задачей метода проектов является предоставление обучающимся самостоятельного приобретения знаний при выполнении практических задач, требующих различных знаний из других областей. Говоря о методе проектов, как о технологии, то она предполагает поисковые, проблемные методы, исследовательские. А преподаватель в этом случае выступает в роли консультанта или эксперта.

Из этого следует, что основой метода проектов служит развитие умений, навыков учащихся, развитие мышления и умение самостоятельно конструировать свои знания. [2, с.44].

Разработанный метод проектов Джона Дьюи становится очень актуальным в современном обществе. Метод проектов был не новостью для мировой педагогики, потому что он использовался в практике значительно раньше, чем вышла статья американского педагога У. Килпатрика «Метод проектов» (1918), в которой он определил это понятие как «от души выполняемый замысел». В России метод проектов был известен ещё в 1905 году. Под руководством С. Т. Шацкого работала группа российских педагогов по внедрению этого метода в образовательную практику. После революции метод проектов применялся в школах по личному распоряжению Н.К. Крупской. В 1931г. постановлением ЦК ВПК (б) метод проектов был осужден как чуждый советской школе и не использовался вплоть до конца 80-х годов [1, с.23].

Благодаря введению ФГОС общего образования, метод проектов широко внедряется в образовательное обучение и практику. Проекты бывают локальные, индивидуальные, групповые и телекоммуникационные. В локальных и телекоммуникационных проектах обучающиеся могут вести работу над проектом через Интернет, будучи разделённые территориально. Дать ответ на проблемный и интересующий вопрос проекта, а также дать совет о том, как его получить или его исследование — это ничто иное как задача учебного проекта. Теоретическая основа внедрения метода проектов в России разработана в трудах Е. С. Полат [3, с.67].

Главная цель любого проекта — это формулировка разных ключевых компетенций, под которыми подразумеваются комплексные свойства личности, которые включают в себя знания, ценности, навыки, а также умение правильного применения в необходимой ситуации.

В наше время в качестве инноваций в преподавании экономических дисциплин применяется метод проектов. Инновационная проектная деятельность является одной из эффективных форм организации учебного процесса, которая направлена на развитие творческих способностей и интересов студентов. Этот метод предполагает полное понимание и владение технологией презентации различных творческих работ (рефератов, докладов, отчетов, обзоров). Метод проектов относится к исследовательским. Метод проектов предполагает решение проблемы, которая с одной стороны использует разнообразные средства и методы, а с другой — интегрирование умений и знаний из различных областей техники, науки, творческих отраслей.

Проекты создают и защищают сами студенты проводя уроки - конференции, уроки - аукционы, уроки - круглые столы. Профессор Дэвид Джонассен говорил: "...вместо того, чтобы использовать компьютерные технологии для сведения процесса обучения к взаимодействиям студента с компьютером, запрограммированным разработчиком

обучающей системы или учителем, необходимо передать эти взаимодействия студента с компьютером в ведение самих обучаемых, что позволит им самостоятельно представлять и выражать свои знания".

В таких условиях студенты выступают в роли разработчиков, они используют компьютер для получения доступа к информации, интерпретации и организации своих личных знаний, передают эти знания другим студентам в ходе практических занятий.

Критерии оценивания выполненных проектов:

- 1) полностью раскрытая тема;
- 2) объем литературы, которая была использована;
- 3) практическое и научное значение результатов проделанной работы;
- 4) использованная информация;
- 5) объем использованной литературы;
- 6) свобода содержания и результатов исследования, доступность;
- 7) убедительные рассуждения, четкая и структурированная работа, логичные изложения;
- 8) соблюдение требований;
- 9) аргументированность доводов, понятные и логичные ответы, понимание сути задаваемых вопросов.

Таким образом, хотелось бы отметить, что благодаря инновационным технологиям создается благоприятная образовательная среда для проведения эффективных учебных занятий, которая предоставляет педагогам возможность соблюдения основополагающих постулатов современного обучения.

Библиографический список

1. Килпатрик В. Основы метода. М.-Л., 1928.
2. Коллингс Е. Опыт работы американской школы по методу проектов. М., 1926.
3. Современные педагогические и информационные технологии в системе образования: Учебное пособие / Е. С. Полат, М. Ю. Бухаркина, — М.: Издательский центр «Академия», 2007.

***Егорова Н.И.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Финансовая политика страны является важной составляющей экономической политики. Для того, чтобы экономика развивалась эффективно, необходимо поддерживать сбалансированность финансовой политики. От того насколько грамотно будет построена финансовая политика зависят темпы развития как определенных отраслей, таких как промышленность, сельское хозяйство, связь, транспорт, так и экономики в целом.

В составе финансовой политики основополагающая роль отводится бюджетной политике, которая оказывает влияние на формирование финансовой базы для развития государства. В основу бюджетной политики на 2014 г. и на плановый период 2015—2016 гг. положены стратегические цели развития страны, которые сформулированы в указах Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г., Концепции долгосрочного социально-экономического развития России на период до 2020 г., Основных направлениях деятельности Правительства РФ на период до 2018

года, а также основные положения Бюджетного послания Президента РФ о бюджетной политике в 2014—2016 гг.

В Бюджетном послании Президента РФ отражена оценка осуществляемой в 2012—2013 гг. бюджетной политики, а также указаны основные приоритеты на период 2014—2016 гг [1].

Бюджетная политика России направлена на решение следующих основных задач:

- обеспечение сбалансированности в долгосрочной перспективе при учете того, что будет обязательное исполнение всех обязательств государства и выполнение задач, представленных в указах Президента РФ от 7 мая 2012 года;

- оптимизация структуры расходов федерального бюджета (выявление резервов и перераспределение в пользу приоритетных направлений и проектов);

- развитие программно-целевых методов управления (базой для планирования бюджета должны стать программы, проводимые государством);

- обеспечение сбалансированности пенсионной системы;

- развитие налоговой системы России и повышение ее конкурентоспособности [2, с.37].

В связи с поставленными задачами бюджетной политики следует признать, что бюджетная политика не может функционировать отдельно от налоговой политики. В 2013—2015 гг. цели Правительства Российской Федерации в области налоговой политики придерживаются того, чтобы создать эффективную и стабильную налоговую систему, которая будет способствовать бюджетной стабильности в среднесрочной перспективе. Основными приоритетами налоговой политики является поддержка инвестиций, а также стимулирование деятельности в области инноваций. Также нужно сохранить размер налоговой нагрузки по разным секторам экономики, где был достигнут ее оптимальный уровень, принимая в учет те требования устойчивости бюджетной системы России, которые были ранее указаны.

Мировой кризис, сложившийся в 2008 г. оказал крайне негативное влияние на экономику России, также указал, какие имеются слабые стороны финансовой системы государства. Главными последствиями кризиса 2008 г. стали высокий уровень безработицы, инфляции, темпы падения экономических показателей. В особенности сократился уровень ВВП, произошло значительное падение курса рубля по отношению к доллару и евро, выросли процентные ставки по кредитам и займам.

В целях снижения угроз неустойчивости и несбалансированности федерального бюджета бюджетной системы РФ в 2013 осуществилась подготовка основных направлений бюджетной политики проводимая на основе реалистичного варианта экономического прогноза. Этот подход не только позволяет увеличить точность планирования бюджета на долгосрочную перспективу, также спрогнозировать часть рисков, которые образуются в соответствии с тем, что принимаются определенные дополнительные обязательства по расходам.

Бюджетная политика в период 2013—2015 гг. нацелена на сокращение уровня нефтегазового дефицита федерального бюджета. Помимо этого, также необходимо предусмотреть в пределах установленных параметров бюджета механизмы, которые поспособствуют возможному перераспределению ресурсов для осуществления определенных дополнительных мер, которые будут осуществлять поддержку различных отраслей экономики, отраслей социальной сферы, рынка труда в случае того, если ухудшится кризисная ситуация на мировой арене. Новация бюджета за 3 последних года, а именно осуществление его расчета по новым бюджетным правилам, которые поспособствуют тому, чтобы приблизиться к максимальному сокращению зависимости казны от колебания цен на энергоресурсы

и приложит все усилия по повышению точности прогнозов доходов и расходов в долгосрочной перспективе.

В современном этапе также появляется явление в сфере государственных финансов, которое предполагает начать использовать финансовые отношения для того, чтобы повысить устойчивость национальных финансов и национальной экономики в целом. Целями стабилизационной финансовой политики считается осуществление процессов по сглаживанию колебаний, которые обусловлены колебаниями конъюнктуры и другими факторами.

На современном этапе экономика России функционирует в стагнационных условиях. Но экспертами прогнозируется и рецессия, но эти прогнозы неоднозначны. В 2014 г. продолжается замедление экономики России, причем экономическая обстановка в стране ухудшилась по сравнению с предыдущим годом. По оценке Минэкономразвития России прирост ВВП в I квартале 2014 года составил 0,8 %, реальные располагаемые денежные доходы снизились на 2,4 % доля инвестиций сократилась на 4,8 %, по сравнению с аналогичным периодом 2013 года [2, с.18].

На текущем этапе развития происходит процесс по изучению и корректировке направлений финансовой политики является одной из главных задач, которые осуществляются в России. И для того чтобы более точно отражать сложившуюся ситуацию в стране необходимо осуществить прогноз ближайших событий и сформулировать комплекс мероприятий, которые будут направлены на среднесрочную перспективу.

Современная финансовая политика России направлена на формирование финансовой базы для перехода от экспортно-сырьевой модели к инновационному, социально ориентированному типу развития экономики, создание необходимых предпосылок для поддержания высоких темпов экономического роста в долгосрочном периоде, повышения уровня благосостояния населения и экономической стабильности.

Библиографический список

1. Бюджетное Послание Президента Российской Федерации о бюджетной политике в 2014—2016 годах /Официальный сайт Президента РФ. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.kremlin.ru/acts/18332> (дата обращения 30 октября 2014 г.).

2. Грачева Е.Ю., Соколова Э.Д., Финансовое право: Учебное пособие. - М.: Юрист, 20014.

***Закирова А.Г.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

СТРАТЕГИЯ СОЦИАЛЬНО – ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Региональная организация Российской Федерации в большей степени сформировалась еще в эпоху плановой индустриализации. Из-за этого региональное развитие государства проводилось как плановое размещение на территории производительных сил. В конце 1990-х – начале 2000-х годов государственная политика развития, которая основана на принципах предыдущей стадии развития страны, себя фактически исчерпала, а унаследованная Россией от Советского Союза региональная

организация вступила в фазу масштабной перестройки. Все дальнейшие процессы привели к появлению целого комплекса новых экономических, социальных и политико-правовых проблем, которые отразились на устойчивости социально-экономической ситуации в отдельных российских территориях, а также в целом всей региональной организации страны.

Исторически сложилась неоднородность экономического пространства России. Этот факт оказывает значительное влияние на эволюцию государственного устройства, структуру и эффективность экономики, стратегию институциональных преобразований, и социально-экономической политики. Уменьшение неоднородности экономического пространства приведет к более благоприятным условиям для развития общенационального рынка, оптимизации социально-экономических преобразований, формирования на качественно более высоком уровне общероссийского менталитета, укрепления единства российского государства. Наоборот, усиление неоднородности затрудняет проведение единой политики социально-экономических преобразований и формирование общенационального рынка, увеличивает опасность возникновения региональных кризисов и межрегиональных конфликтов, дезинтеграции национальной экономики, ослабления целостности общества и государства [1].

Перед страной стоит необходимость устранения неравномерности социально – экономического положения регионов, которая должна осуществляться региональной программой государства.

Региональные программы представляют собой разновидность целевых комплексных программ и служат инструментом регулирования и управления региональной стратегией экономического, социального и научно-технического развития, формой хозяйственной деятельности, способом приоритетной концентрации ресурсов для решения неотложных, первоочередных проблем [2].

Для того чтобы достичь равенства и однородности регионов на территории России очень важны также инструменты управления экономического развития регионов. Так, существуют наиболее действенные и результативные методы управления – это стратегическое планирование и стратегическое управление (рис. 1).



Рис. 1 - Цикл стратегического планирования развития региона.

Стратегическое планирование и стратегическое управление являются испытанными и доказанными инструментами современного менеджмента. Именно практика доказала эффективность применения стратегического планирования не только в промышленности, сельском хозяйстве, строительстве, транспорте, но и в других видах человеческой деятельности. Стратегическое планирование может отлично применяться не только при разработке комплексных программ социально-экономического развития регионов, но также при осуществлении антикризисных мер в регионах и городах, в

управлении масштабными инфраструктурными проектами и других направлениях развития в регионах.

Главный вопрос, на который отвечает стратегический план регионального развития - это как выйти из кризиса, повысить уровень благосостояния жителей и заложить прочные основы для его дальнейшего повышения. [3].

Стратегическими целями региональной политики Российской Федерации на данном этапе развития страны являются:

1. Обеспечение глобальной конкурентоспособности России и ее регионов.
2. Стимулирование процесса новой «регионализации» - консолидация ресурсов российских регионов для ускоренного экономического роста и изменения структуры экономики.
3. Развитие человеческого капитала, повышение пространственной и квалификационной мобильности населения.
4. Улучшение экологической ситуации в регионах Российской Федерации для сбалансированности экономического развития.
5. Повышение качества управления и использования общественных финансов на субфедеральном уровне [4].

Главным всегда оставалось повышение уровня и качества жизни людей в стране. Каждый год в России публикуется список регионов с наилучшими условиями жизни населения. Так, качество жизни в регионах третий год подряд анализирует агентство "РИА Рейтинг". Они отметили следующее: в 2014 году помимо двух столиц в топ-10 по традиции попали Московская область, Республика Татарстан, Краснодарский край, Белгородская, Воронежская, Тюменская, Нижегородская и Свердловская области. Замыкающая рейтинг десятка регионов также осталась практически неизменной: Еврейская автономная область, Республика Бурятия, Курганская область, Чукотский автономный округ, Чеченская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Ингушетия, Республика Алтай, Республика Калмыкия и Республика Тыва. Основной проблемой этих регионов, по мнению экспертов, по-прежнему остается неспособность региональных бюджетов самостоятельно генерировать достаточный уровень собственных доходов, что ведет к высокой зависимости бюджетов этих субъектов от федерального центра [5].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что стратегия социально-экономического развития дает возможность определить общие и секторальные направления внутреннего развития региона, учесть интересы и стратегические планы каждого в отдельности хозяйствующего субъекта. Цели разработки стратегии диктуются стремлением администрации любого уровня – республики, края, области, муниципального образования – повысить прежде всего благосостояние жителей своей территории за счет увеличения занятости населения и вовлечение его в наиболее производительный труд в различных секторах экономики. Именно стратегия социально-экономического развития позволяет: согласовать деятельность органов государственного управления, сообщества деловых людей, общественных и политических организаций, оказывающих влияние на развитие региона, для задания единого вектора развития, сконцентрировать инвестиционные ресурсы на приоритетных направлениях, повысить качество управления и использования общественных финансов на субфедеральном уровне, повысить уровень благосостояния жителей и многое другое.

Библиографический список

1. Проблемы развития российских регионов [электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М: Электронная библиотека студента, 2016 – Режим доступа: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=124999>
2. Региональная программа развития региона [электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М: Энциклопедия экономиста, 2016 – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/regionalnaya-programma.html>

3. Инструменты управления экономическим развитием региона [электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М: Энциклопедия экономиста, 2016 – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/ekonomicheskoe-razvitie-regionov.htm>

4. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики[Текст] / Учебник для студ. вузов /- 3-е изд. - М.: ГУ ВШЭ, 2003.

5. Москва признана городом с самым высоким качеством жизни в РФ [электронный ресурс]. – Электрон.дан. – М: Российская газета, 2016 – Режим доступа: <http://rg.ru/2014/12/22/rejting-site.html>

*Зенкова С.С.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск*

АНАЛИЗ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РИСКОВ, СПОСОБЫ ИХ МИНИМИЗАЦИИ

Риски в предпринимательстве выражаются в виде убытков, ущерба. Также риск включает потерю всех видов экономических ресурсов, в том числе труда и времени. В предпринимательской деятельности он не просто потенциально возможен, а часто весьма вероятен. Это обусловлено особенностями деятельности.

Предпринимателю, независимо от сферы бизнеса, приходится использовать финансовые, трудовые, материальные, информационные ресурсы для достижения коммерческих целей. Угроза частичной или полной потери этих самых ресурсов и является объективным риском.

Абсолютное выражение риска определяется величиной вероятных потерь в стоимостном и физическом измерении. Относительное выражение риска предусматривает отнесение величины потерь к определенной базе (имущественному состоянию предпринимателя, общим ресурсозатратам, ожидаемой прибыли и т.п.) [1].

Оценка ожидаемых рисков должна быть непредвзятой и строгой в математическом, экономическом смысле. Расчет их величины требует от специалиста в области статистики, теории вероятности высокой квалификации, опыта. Профессиональную аналитику рисков рекомендуется проводить перед совершением жизненно важных для бизнеса операций. Приблизительная оценка рисков может быть сделана любым предпринимателем самостоятельно. Как правило, она предшествует любой сделке.

Правила минимизации рисков

Степень вероятного риска в предпринимательстве всегда можно уменьшить. Для этого субъекту хозяйственной деятельности достаточно соблюдать несколько простых правил:

- Риск в предпринимательстве есть всегда. Избегать его – неконструктивная стратегия. Для минимизации риска стоит изменить отношение к нему. Риск можно предвидеть и нужно снижать до минимально возможного уровня.

- Прогнозирование – бизнес «щит» предпринимателя. Оценка возможных потерь перед сделкой, расчет возможных выгод позволяют получить объективную картину «риск/доход».

- Возможные потери, соизмеримые с расчетной прибылью, допустимы в предпринимательской деятельности. Но вероятность их рекомендуется снизить до минимального уровня.

- Минимизировать финансовые последствия предпринимательских рисков позволяет эффективный резервный фонд. Его средствами покрываются возможные убытки.

- Все крупные потенциально рисковые сделки принято страховать. Это существенно снижает потери в случае неудачи.
- Критический риск можно разделить между участниками операции. Это позволит компенсировать возможные потери общими усилиями.
- Катастрофический риск (когда потери предприниматель возместить не может) – основание для отказа от сделки (сотрудничества) [2].

Доступные способы минимизации рисков

Предпринимательские риски можно минимизировать тремя способами:

- путем диверсификации;
- за счет страхования;
- при получении объективной информации о выборе и возможном результате сделки.

Диверсификация предусматривает инвестирование в разные проекты. Страхование позволяет получить практически 100% гарантию компенсации возможных потерь в случае неудачного проведения хозяйственных операций. Влияние информации на минимизацию рисков и вовсе переоценить трудно. На ее основании составляются точные прогнозы, что позволяет объективно оценить размер возможной выгоды и степень риска. Информация в данном случае выступает в роли ценного товара. Но вложения, как показывает практика, себя полностью оправдывают. Ценность полной информации о выборе и результате будет тем выше, чем больше степень риска [3].

Библиографический список

1. Иода, Е. В. Управление предпринимательскими рисками / Е.В. Иода: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2011. - 212 с.
2. Смагина, И.А. Государственное регулирование предпринимательской деятельности / И.А. Самагина, М: Эксмо, 2014. - 288 с.
3. Калапуц, П.А. Организация предпринимательской деятельности. Учебное пособие / П.А. Калапуц, М: МГОУ, 2013. - 399 с.

***Золотухина О.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

ВЛИЯНИЕ УНИВЕРСИТЕТСКИХ СТРУКТУР НА ФОРМИРОВАНИЕ СЕТЕВОЙ СРЕДЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Для успешного экономического развития страны и ее перехода к инновационной экономике необходимо наличие выстроенной системы подготовки высококвалифицированных кадров. В системе образования идет поиск путей оптимизации образовательных процессов на фоне возросших требований к качеству результатов деятельности учреждений образования, зачастую сопровождающихся сокращением финансирования, устаревающим техническим и технологическим обеспечением образовательных процессов, недостаточностью педагогических кадров, соответствующих требованиям времени.

Система высшего образования на сегодняшний день не может существовать в отрыве от экономической системы в целом, а образовательные институты все теснее интегрируются с научными и производственными, становясь субъектами рыночных отношений.

В условиях глобализации мировой экономики иерархические структуры вытесняются сетевыми, а экономические системы приобретают кластерное строение.

Горизонтальные сетевые связи в общественной и экономической жизни рассматриваются как необходимый шаг к освоению новой модели инновационного роста. Соответственно, образовательным структурам нужно выстраивать модели успешного развития на основе тесного вертикального и горизонтального взаимодействия с заинтересованными лицами инновационной экономической среды, чтобы быть готовыми к вызовам новой сетевой экономической системы общества.

В современном обществе, основанном на экономике знаний, образовательные институты выстраивают собственные модели создания сетевых образовательных структур, которые позволяют легко адаптироваться к новым экономическим реалиям в условиях формирования сетевой экономической среды.

В свою очередь, созданные университетские сетевые структуры играют важнейшую роль в формировании новой сетевой институциональной среды региональной экономики.

По мнению Е.В. Василевской сетевое взаимодействие – это система связей, позволяющих разрабатывать, апробировать и предлагать профессиональному педагогическому сообществу инновационные модели содержания образования и управления системой образования; это способ деятельности по совместному использованию ресурсов [1].

Е.Н. Глубокова под сетевым взаимодействием в сфере профессионального образования понимает горизонтальное взаимодействие между образовательными организациями по распространению функционала и ресурсов. Важной особенностью сетевого взаимодействия, по мнению Е.Н. Глубоковой является то, что первичным элементом сетевого объединения выступает прецедент взаимодействия, сетевое событие (проект, семинар, встреча, обмен информацией и т.п.) [2]

Под сетевым взаимодействием в образовании понимается система горизонтальных и вертикальных связей, обеспечивающая доступность качественного образования для всех категорий граждан, вариативность образования, открытость образовательных организаций, повышение профессиональной компетентности педагогов и использование современных ИК-технологий [3].

В настоящее время во всем мире развитие сетевого образования характеризуется бурным ростом системы дистанционного образования. Примерами этого процесса является создание открытых электронных университетов, «миграция» студентов и преподавателей (возможность обучаться и работать одновременно в разных учебных заведениях). В образовательной сети происходит замещение физического контакта с преподавателем виртуальным общением, бумажных учебников - электронными и мультимедийными, привычных аудиторий - виртуальными с использованием сети Интернет.

На сегодняшний день сетевое взаимодействие является одним из самых мощных инструментов развития инновационного образования как в регионах, так и в стране в целом, благодаря целому ряду причин. Во-первых, сеть - это дополнительная возможность продвижения продуктов инновационной деятельности на рынок образовательных услуг и, следовательно, получения дополнительного финансирования. Во-вторых, сетевое взаимодействие усиливает ресурс любого инновационного образовательного учреждения за счет ресурсов иных учреждений. Сеть помогает не только перенять опыт других организаций, но и получить экспертную оценку своих научных разработок, расширить перечень образовательных услуг для студентов, в том числе, посредством реализации сетевых образовательных программ.

С целью классификации участников системы сетевого взаимодействия в образовании можно выделить инновационные сети трех уровней, возникающие под влиянием всесторонней экономической политики России. Продвижение фундаментальных образовательных технологий наиболее эффективно осуществляется в глобальных сетях мирового образовательного сотрудничества - сети первого уровня.

Сети второго уровня - это национальные сети исследовательских университетов и академических научных институтов, научно-исследовательские центры, создаваемые при университетах для совместной работы над мега-грантами и конкурсными проектами, поддерживаемыми государством. Сюда можно отнести научно-исследовательский центр при Южно-Уральском Государственном университете в Челябинской области.

Сети третьего уровня - это региональное сотрудничество университетов при конкретных научных исследованиях или разработке инновационных образовательных программ, имеющих важнейшее значение для экономики региона. Возможности таких сетей наглядно показывает сложившаяся в ряде регионов России система кластерного взаимодействия «вуз-колледж-предприятие» в рамках научно-образовательного кластера. Именно кластерные сети в настоящее время служат примером всестороннего влияния сетевой экономической политики страны на образовательный процесс, так как современное общество нацелено на получение не только качественного, но и инновационного продукта.

Сетевая экономика и информационное общество представляет собой новую экономическую, социальную, техническую среды, в которых функционирует современный университет. Россия не так давно встала на путь сетевого образования, и пока о достижении сетевого эффекта говорить еще рано, однако образование не может не участвовать в процессе перехода государства и общества к новой инновационной экономике знаний. Соответственно, классическое образование должно подстраиваться под новую сетевую модель. Из элементарных частей образовательного процесса - отдельных учебных курсов и образовательных программ, изолированных рабочих мест преподавателей и студентов, современных систем управления учебным процессом и т. д. в результате сетевого объединения вырастает новое качество системы получения знаний [4].

Внедрение новых сетевых интеграционных механизмов в деятельность национальных исследовательских университетов способно оказывать реальный экономический эффект, непосредственно влияя на важные показатели развития региональной экономики, такие как рост занятости населения, снижение уровня безработицы и другие показатели.

Таким образом, созданные вокруг университетов сетевые структуры способны не только играть значительную роль в процессе формирования новой сетевой институциональной среды региональной экономики, но и влиять на макро и микроэкономические показатели развития региона и страны в целом.

Библиографический список

1. Василевская, Е.В. Сетевая организация как новый тип отношений и деятельности в современных условиях Е.В. Василевская // Сетевая организация методической работы на муниципальном уровне: метод. пособие. - М.: АПКИППРО, 2007.
2. Глубокова, Е.Н. «Сетевое взаимодействие инновационных образовательных учреждений» <http://wiki.saripkro.ru/index.php/> / Е.Н.Глубокова, И.Э.Кондракова (дата обращения: 29.09.2014).
3. Закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ
4. Лупанов, В.Н. Сетевая модель управления Кемпбелл, Э. Стратегический синергизм. /Э. Кемпбелл, Саммерс Лачс К.: 2-е изд. - СПб. : Питер, 2004. 416 с. университетом в условиях глобализации и регионализации образования /В.Н. Лупанов // Университетское управление: практика и анализ. 2009. № 2. С. 63-68.

***Ивашкова А.А.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

ИНФЛЯЦИЯ И ЕЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Инфляция остается актуальной проблемой экономической политики и экономики в целом. Так, по данным федеральной службы государственной статистики в России, темп инфляции возрос уже в 2007-2008г. до 13%. Позже, под влиянием экономического кризиса, в период 2010-2013 г. инфляция снизила свои темпы и составила в среднем 6,5 %.

На сегодняшний день, инфляция вызывает бурные дебаты. Существует большое количество различных концепций, которые пытаются объяснить специфику инфляции, причину ее возникновения и, конечно же, последствия. Отрицательные последствия инфляции сказываются не только на экономической жизни, но и на социальной жизни населения.

Таким образом, инфляция имеет тенденцию обесценивания реальных доходов и сбережений основной массы населения, тем самым углубляет пропасть между богатыми и бедными слоями населения, вызывает социальное напряжение в стране, поэтому инфляция подобна худшему виду налогов и принудительных займов.

Под влиянием инфляции фактически меняются ставки налогообложения. Рост цен обычно сопровождается увеличением номинальных доходов индивидов. При прогрессивной системе налогообложения они вынуждены уплачивать налоги по более высоким ставкам. В то же время, поскольку существует временная задержка между начислением и уплатой налогов, реальная величина налоговых поступлений снижается, уменьшая реальные доходы государственного бюджета и возможность осуществления государством экономической и социальной политики. Обесцениваются амортизационные отчисления, основанные на первоначальной стоимости. В результате растет налоговое бремя фирм, и уменьшаются их инвестиционные возможности.[1]

Стремясь защититься от «инфляционного налога» и ожидая дальнейшего повышения цен, население стремится скорее потратить деньги на приобретение товаров длительного пользования, вложить их в не обесцениваемые активы. В результате растут реальные издержки. Цены и ставки заработной платы изменяются в различной степени, что означает изменение относительных цен и перераспределение доходов между различными группами населения. Значительно повышаются так называемые «издержки меню» - расходы фирм на смену ценников, прейскурантов, каталогов, перенастройку счетчиков, торговых и телефонных автоматов. В конечном итоге, понижается эффективность экономики в целом. Уменьшается заинтересованность в выпуске товаров высокого качества, увеличивается выпуск низкокачественных товаров. Также сокращается производство относительно дешевых товаров. У работников снижаются стимулы к труду в результате постоянного обесценивания заработной платы. В реальной действительности население не в состоянии осуществлять точные прогнозы инфляции. Она часто бывает неравномерной. Наблюдаются частые и существенные колебания цен. Инфляция становится непредвиденной. Данная инфляция усиливает перераспределительные процессы в экономике.[1]

С негативными социально-экономическими последствиями инфляции можно бороться при помощи антиинфляционной политики. Антиинфляционная политика заключается в совокупности мер по государственному регулированию, которые направлены на подавление инфляционных процессов. Антиинфляционная политика должна проводиться совместно с другими макроэкономическими мерами по повышению высокой эффективности сложившейся социально-экономической ситуации в стране. Затянувшаяся инфляция в России является следствием неэффективной экономической политики. Главной целью антиинфляционной политики России должен являться жесткий контроль над инфляцией и стремление добиться приемлемых для народного хозяйства темпов ее роста.[2] В настоящее время антиинфляционная политика России находится на этапе, когда необходимо дальнейшее использование мер противодействия инфляции.

Будущий успех антиинфляционной политики страны зависит, прежде всего, от правильного руководства и от конъюнктуры на мировых рынках.

Библиографический список

1. Алексеев, А.В. Инфляция и экономический рост в России: разные стороны одной медали? / А.В. Алексеев // ЭКО. - 2013. - №10. - С.80 - 90.
2. Дашкин, Р. М. Особенности антиинфляционного регулирования в России [Текст] / Р. М. Дашкин // Экономика, управление, финансы: материалы III междунар. науч. конф. (г. Пермь, февраль 2014 г.). — Пермь: Меркурий, 2014. — С. 22-24.
3. Шульга, В.А. Национальная экономика/ В.А. Шульга. - М.: Изд-во Рос.экон. акад., 2013. – 301-303 с.
4. Федеральная служба государственной статистики[Электронный ресурс]//-режим доступа:<http://www.gks.ru/>

*Иващенко Н.К.
Евплова Е.В.
г. Челябинск*

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТРЕНИНГОВ

На сегодняшний день сложилась ситуация, когда всё чаще в литературе, образовании и в бизнесе употребляется термин «Тренинг».

История развития тренинговых услуг в России насчитывает около 20 лет. В рассматриваемый нами термин включается довольно большое количество разного рода активностей: лекция, индивидуальное консультирование, дискуссия, ролевая игра, разбор критических случаев, тренинговые игры, тренинги на базе компьютерных программ, интерактивные видеопрограммы, пособия по тренингам для самостоятельного обучения (использование самоучителя), анализ конкретных ситуаций (кейс-стади), инструктирование на рабочем месте, программированное обучение, работа в проектных группах.

Мы рассматриваем тренинговую работу как инструмент, который поможет студентам, изучающим экономические дисциплины сформировать, отработать, закрепить практические навыки и в дальнейшем применять их в своей профессиональной деятельности.

Главный интегральный критерий качественного тренинга – его востребованность на рынке тренинговых услуг и направленность на эффективное усвоение материала.

При разработке качественного экономического тренинга необходимо учитывать ряд критериев:

- новизна темы;
- новизна, структурированность и оригинальность подачи информации;
- новизна упражнений;
- практичность и понятность упражнений;
- успешное использование приобретенных умений в реальной жизни;
- определение целевой аудитории, уровня знаний;
- приятная атмосфера на тренинге;
- личность самого тренера;
- соответствие поставленным целям и задачам.

Тренинговая деятельность предусматривает определенные цели, к которым рекомендуется подбирать определенный подход. Если целью является отдых, хорошо

проведенное время, общение, то необходимо сконцентрировать внимание на коммуникабельность и способность развлечь группу. Если целью является командный эффект, сплочение команды, оценивается дружелюбность тренера, способность раскрыть и вовлечь членов команды, умение сглаживать возникающие конфликты. Если цель - ознакомление с чем-либо, получение знаний, оценивается насыщенность программы, компетентность тренера, наличие примеров, техника презентации, которая позволит усвоить знания и информацию.

На успешность проведения тренинга влияет и подача материала самим тренером. Качества тренера, требуемые для успешного восприятия программы тренинга:

- профессиональные тренерские качества: умение публично выступать, организовать дискуссии, уметь держать активный контакт с аудиторией;
- личностные качества: энергичность, артистизм, эмоциональность, гибкость, остроумие, юмор и др.;
- определенный профессиональный и жизненный опыт;
- глубокие знания по теме тренинга.

Люди охотно учатся только тогда, когда они уверены, что полученные знания в будущем принесут пользу. Поэтому очень важно предоставить обучающимся мотивацию, четко продемонстрировав преимущества, которые получают участники тренинга.

Исследования показывают, что до 90% выученного на тренинге материала постепенно забывается, и обучающиеся применяют лишь 10-20% из полученного [1]. Поэтому актуальность материала тренинга существенно влияет на уровень усвоенных знаний.

Интерактивный формат обучения, обратная связь от других членов группы позволит участникам развить свой уникальный тренерский стиль. Практика подготовки и проведения тренинговых блоков позволит участникам освоить методику создания и адаптации тренинговых программ в соответствии с потребностями конкретной аудитории, запросов образовательной организации. В будущей профессиональной деятельности участники смогут продемонстрировать свое тренерское мастерство на защите собственных версий тренингов, а также развить основные тренерские компетенции, осознать свой тренерский стиль и тренерские ресурсы.

Эффективность обучения зависит от правильно организованной системы посттренингового сопровождения - система работы, обеспечивающая применение знаний, умений, навыков, качеств, полученных участниками на тренинге, в ходе повседневной учебной деятельности.

Таким образом, в ходе исследования мы выявили значимость построения грамотной структуры тренинговой деятельности в образовательном процессе. Грамотные руководители и преподаватели понимают, что инвестиции в обучение – это залог конкурентоспособности бизнеса (выпускника) и его процветания в условиях меняющегося мира.

Библиографический список

1. Полухина, Т.Ю. Тренинг как метод повышения эффективности работы организации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.rae.ru/forum2011/21/747>

*Ивашенко Н.К.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск*

К ВОПРОСУ О БАНКРОТСТВЕ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

Сегодня, в пору экономической нестабильности, количество россиян, живущих за чертой бедности, бьет все рекорды.

Министр труда и социальной защиты России Максим Топилин сообщил, что за 2015 год численность россиян с доходами ниже прожиточного минимума достигла 19 млн человек. 70% из данной категории — это семьи с детьми [1].

Прогнозируемое снижение реальной заработной платы граждан РФ на 3-4 % однозначно может ухудшить материальное положение населения. Поэтому вопрос о банкротстве физических лиц сегодня особенно актуален.

О банкротстве физических лиц говорится давно, но определенные механизмы регулирования данного вопроса вошли в законодательную базу РФ благодаря Закону о банкротстве физических лиц.

С 1 октября 2015 года граждане РФ, кредиторы и уполномоченные государственные органы могут инициировать процедуру личного банкротства, подав соответствующее заявление в Арбитражный суд [2].

Необходимость применения механизма банкротства физических лиц обусловлена снижением социальной напряженности в связи со сложной экономической ситуацией. Гражданам предоставлены, отсрочка, рассрочка дисконтирование суммы долгов, снижение процента до размеров ставки рефинансирования ЦБ РФ.

Закон существенно облегчит финансовое положение граждан, у которых имеются потребительские кредиты в банках, займы в малобюджетных организациях, займы между физическими лицами, долги за услуги ЖКХ.

Рассмотрим основы ФЗ о банкротстве физических лиц. ФЗ о банкротстве физических лиц закрепляет право каждого гражданина, чьи долги превышают полмиллиона рублей, а достаточный доход для их погашения отсутствует, обратиться с заявлением в суд для признания его банкротом. В качестве альтернативы закон предлагает заключение мирового соглашения между должником и кредитором, реструктуризацию долга или конфискацию имущества.

В случае банкротства гражданин или индивидуальный предприниматель может погасить свои долги за счёт драгоценностей, предметов роскоши, транспортных средств и недвижимого имущества, которое должно быть распродано в ходе открытых торгов. Согласно ст. 209 федерального закона №127 «О банкротстве» есть ряд исключений того, что не может быть изъято [2].

За фиктивное банкротство предусмотрена уголовная ответственность - до 6 лет лишения свободы.

Наиболее часто встречающаяся причина банкротства физического лица – колоссальное количество просроченных потребительских кредитов. Банки, во избежание процедуры банкротства физического лица, предлагают непрозрачные кредитные условия погашение задолженности для гражданина. Должники, в силу недостаточной финансовой грамотности с целью избегания юридических процессов, соглашаются на условия банка.

Примером может послужить ситуация из жизни гражданина Т.: гражданин Т. имеет кредит в одном из популярных банков РФ. Очередной платеж был погашен на 300 рублей меньше родственником гражданина Т. по причине невнимательности. Требуемый платеж составлял 10 тысяч 300 рублей. Через месяц поступил звонок из банка с сообщением о задолженности. Штраф банка составил 5 000 рублей, которые вычли из следующего платежа, на образовавшуюся задолженность начислены штрафы.

С целью продления платежеспособности граждан и стабильности поступления платежей, банки применяют процедуру реструктуризации, увеличивая долговые обязательства гражданина в разы.

Банкротство не служит способом отклонения от обязательств. ФЗ о банкротстве физических лиц может лишить гражданина движимого и недвижимого имущества, признать недействительными сделки, которые совершены 3 года назад.

Важно отметить, что должник, с момента признания его банкротом будет иметь ряд ограничений: следующее банкротство возможно не ранее, чем через пять лет; Жильё, купленное по ипотечному кредитованию и являющееся залоговым, будет реализовано; Запрет на предпринимательскую деятельность; Запрет на получение новых кредитов. Запрет на выезд за границу.

В завершении мы можем сделать вывод, что банкротство физических лиц - новая процедура, с неясными пока рисками и реальными последствиями, требующая дополнений в законодательной базе. Банкротство является инструментом регулирования экономической нестабильности граждан, опорой в непредвиденных ситуациях, но принимая меры по банкротству физического лица, следует изучить законодательную базу и юридическую практику.

Библиографический список

1. Минтруд: число бедных россиян увеличилось на 3 млн за 2015 год. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2925908>.– Загл. с экрана – 13.04.2016

2. Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 29.12.2015) "О несостоятельности (банкротстве)" (с изм. и доп., вступ. в силу с 29.03.2016) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/.– Загл. с экрана – 13.04.2016

***Иксанов Р.Н.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск***

РЕБРЕНДИНГ

Современный мир развивается очень быстро, а значит, с такой же скоростью все и устаревает, поэтому для успешного ведения бизнеса необходимо вовремя подстраиваться под новые условия. Это касается и бренда различных компаний. Каким бы заметным не был ваш бренд, рано или поздно его придется обновить, и не только потому, что он просто перестанет соответствовать времени, еще одной причиной является то, что постепенно известность превращается в избитость, и, в конце концов, бренд становится скучным и приевшимся. Все эти проблемы решает ребрендинг.

Ребрендинг(rebranding)–это комплекс мероприятий по изменению всего бренда, либо его составляющих (названия, логотипа, визуального оформления, позиционирования, идеологии и т.д.) Когда мы говорим о ребрендинге, то имеем ввиду изменения образа, имеющегося в сознании потребителя.

Ребрендинг способствует приведению бренда в соответствие с текущим состоянием бизнеса и планами компании. Ребрендинг предполагает изменения во всех бренд коммуникациях: от упаковки до рекламных материалов. Крупные компании вкладывают в ребрендинг миллионы долларов. Это эффективный маркетинговый инструмент, способный приносить прибыль.

В результате ребрендинга полной ликвидации старого бренда, как правило не происходит. Ребрендинг помогает бренду эволюционировать. Получив обновленные коммуникации и оболочку, бренд может стать существенно свежее, эмоциональнее. Он получает новые силы, обретает новые качества, становится более привлекательным для имеющихся клиентов и завоевывает новых.

Ребрендинг не является процессом смены внешнего вида и отражает качественные изменения в позиционировании и стратегии компании. Ребрендинг – это всегда факт тотального пересмотра почти всех атрибутов бренда.

Причины ребрендинга:

- Изначально бренд был неверно позиционирован. Бренд устарел. Изменяются рыночные условия, а адаптация существующего бренда в них невозможна. Самой главной является то, что облик компании ушел в прошлое, бренд уже не актуален и не работает так, как нужно. Это означает, что компании нужен ребрендинг. Когда старый бренд

перестает выполнять возложенные на него задачи и становится скучным, его отправляют на «ремонт».

- Уровень знания бренда становится очень низким. Также влияние оказывает и общее положение дел на рынке. Обновление бренда необходимо, если на бизнес-арене появился новый сильный конкурент с более интересным брендом.

Бывает, что компания охватывает новую сферу деятельности. К примеру, компания теперь производит не только запчасти, но и машины. В таком случае, также нужен ребрендинг.

В любом бизнесе важно не потерять уже имеющихся клиентов, подстраиваться под запросы целевой аудитории, поэтому ребрендинг в первую очередь направлен на рост лояльности и потребителей. В этой ситуации обновление бренда будет усиливать позиции компании на рынке.

Также в современном мире, где для потребителя предоставляется широкий выбор разнообразнейших компаний, важно не потерять свою уникальность. Сходство в фирменных цветах и логотипе с другой компанией, что плохо отразится на бизнесе. Это станет тем обстоятельством, которое приведет к нежелательным последствиям.

Нельзя также не заметить, что бренд – это отношение компании к своему потребителю. Через бренд компания показывает насколько важна ему связь со своим клиентом, с помощью бренда организация сама решает, какое впечатление должно создаваться у потребителя.

Яркими случаями проведения ребрендинга были мобильные операторы МТС и Билайн, кардинально поменяв визуальную идентификацию и выпустив смелые рекламные кампании, заставили говорить о себе всю страну.

Среди авиакомпаний нетак заметно обновил свой имидж Аэрофлот, а Сибирь сменила название на S7 Airlines после нескольких авиакатастроф. Заметные кампании провели Связной, Росгосстрах, Детский Мир, Большой Театр и многие другие.

Таким образом, провести ребрендинг – это не просто изменить фирменный стиль, логотип и другие компоненты бренда, важно сохранить те элементы, которые аудитория воспринимала как сильные стороны компании и сделать так, чтобы бренд был уникальным, отказаться от тех свойств бренда, которые способствуют его затуханию.

Библиографический список

1. Годин, А.М. Бренддинг [Текст] / А. М. Годин: учеб.пособие. – М.: Дашков и К, 2013. - 183 с.
2. www.banki.ru
3. www.design-for-business.ru
4. www.webcity.ru
5. www.marketch.ru

***Казрятов П.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Несмотря на значительное количество работ, посвященных проблеме конкурентоспособности предприятия, и признаваемую значимость данной проблемы, в настоящее время не существует единой теории конкурентоспособности. В частности, нет общепринятого определения понятия «конкурентоспособность предприятия». Исследователи изучают конкурентоспособность предприятий с различных позиций, делая

при этом акцент на разнообразные аспекты конкурентоспособности: эффективность использования ресурсов [3], отдельные факторы и их сочетания [4], доля рынка [1] и т.д. Отсутствие общепринятого определения конкурентоспособности предприятия затрудняет формирование адекватного подхода к ее оценке, которая крайне необходима при анализе возможностей ее повышения и диктует применение сравнительного подхода. В зависимости от выделяемых исследователями аспектов, сравнительный подход можно представить в различных вариантах: маркетинговый, факторный и комплексный подходы.

Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности предприятия предполагает установление следующих параметров: доля рынка, привлекательность рынка (темпы роста), а также степень удовлетворенности потребителей продукцией предприятия.

Для оценки удовлетворенности потребителей, как правило, используются методы опроса и статистической обработки полученных данных, а также анкетирование. Особенности указанных методов являются трудоемкость и длительность сбора и обработки информации, что, однако, в определенной мере компенсируется возможностью выявления проблем и «узких» мест в обеспечении конкурентоспособности предприятия.

Факторный подход к оценке конкурентоспособности предприятия состоит в выявлении и оценке ключевых факторов успеха в сравнении с предприятиями-конкурентами.

В рамках факторного подхода в зависимости от рассматриваемых исследователями факторов можно выделить две основные группы методов: основанные на оценке конкурентоспособности продукции предприятия и теории эффективной конкуренции.

Методы оценки конкурентоспособности предприятия, основанные на оценке конкурентоспособности продукции предприятия базируются на суждении о том, что конкурентоспособность предприятия тем выше, чем выше конкурентоспособность его продукции.

Указанная группа методов позволяет учитывать одну из наиболее важных составляющих конкурентоспособности предприятия-конкурентоспособность его продукции. При этом формируется весьма ограниченное представление о преимуществах и недостатках в работе предприятия, так как конкурентоспособность предприятия принимает вид конкурентоспособности продукции и не затрагивает другие аспекты его деятельности. Кроме того, оценка конкурентоспособности продукции, как правило, сводится к оценке соотношения цена-качество и не учитывает другие факторы, которые могут иметь существенное значение при позиционировании продукции на рынке (инновационность, экологичность, имидж фирмы и т.п.).

Комплексный подход предполагает комплексную оценку конкурентоспособности предприятия, которая осуществляется на основании выделения не только текущей, но и потенциальной конкурентоспособности. В основе указанного подхода лежит следующее положение: конкурентоспособность предприятия есть интегральная величина по отношению к текущей конкурентоспособности и конкурентному потенциалу. Оценка текущей (реальной) и потенциальной конкурентоспособности и их соотношение в рамках интегрального показателя конкурентоспособности предприятия в зависимости от метода могут различаться. Текущая конкурентоспособность может определяться, например, на основе оценки конкурентоспособности продукции предприятия, потенциальная — по аналогии с методами, основанными на теории эффективной конкуренции.

Примеры трактовки конкурентоспособности предприятия в рамках указанных выше подходов к оценке конкурентоспособности предприятия, а также особенности этих подходов приведены в таблице.

Особенности подходов к оценке конкурентоспособности предприятия

Положения, лежащие в основе подхода	Примеры трактовок конкурентоспособности предприятия	Особенности подхода к оценке конкурентоспособности
Маркетинговый подход		
Доля рынка	«Интегральная конкурентоспособность предприятия по отношению к другим предприятиям — это его способность занимать определенную долю рынка продукции и способность увеличивать / уменьшать эту долю» [1, с. 17]	Не всегда разъясняется причина сложившейся ситуации, что не позволяет дать объективную оценку по поводу изменения в процессах управления, производства продукции или ее сбыта.
Удовлетворенность потребителей	«...способность удовлетворять нужды потребителей лучше, чем это делают ее конкуренты» [2, с. 66]	Эффективность является обоснованной, но не позволяет учитывать ряд других факторов. Обоснованность за исключением ряда факторов, определяющих конкурентоспособность предприятия
Факторный подход		
Конкурентоспособность продукции	«Конкурентоспособность определяется совокупностью потребительских свойств продукции, необходимых и достаточных для того, чтобы она в определенный момент времени могла быть реализована по сопоставимым ценам на конкретном рынке» [3, с. 83]	Учет весьма разносторонних аспектов деятельности предприятия, рассматривающихся разрозненно. Для более полной оценки необходимо учитывать целый ряд факторов, оказывающих существенное влияние на уровень конкурентоспособности предприятия
Темпы экономического роста	Темпы экономического роста «...способность поддерживать высокие темпы экономического роста в средне- и долгосрочном плане» [8, с. 220]	
Эффективность использования ресурсов	«...конкурентоспособность обусловлена скорее эффективностью, с которой фирмы на местах используют мощности для производства товаров и услуг» [5, с. 162]	
Конкурентный потенциал, конкурентное преимущество	Конкурентный потенциал, конкурентное преимущество «...способность применять совокупный конкурентный потенциал для борьбы с соперниками и достижения конкурентных преимуществ» [7, с. 35]	
Комплексный подход		
Конкретный рынок, конкурентоспособность продукции и конкурентный потенциал предприятия	«Конкурентоспособность предприятия — это оцененное субъектами внешней среды его превосходство на выбранных сегментах рынка над конкурентами в данный момент времени, достигнутое без ущерба окружающим, определяемое конкурентоспособностью его конкретных товаров и уровнем конкурентного потенциала, характеризующего способность в будущем разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать товары, превосходящие по качеству и цене аналоги» [5, с. 209]	Учет достигнутого уровня конкурентоспособности предприятия и его возможная динамика в будущем

Таким образом, выделение маркетингового, факторного и комплексного подходов к оценке конкурентоспособности предприятия позволяет выбрать наиболее адекватный подход для решения конкретной проблемы, возникающей в процессе управления конкурентоспособностью. Тем не менее, каждый из названных подходов предполагает сравнение предприятий, производящих схожие виды продукции, удовлетворяющие идентичные потребности. На практике наблюдается постоянное изменение и расширение требований потребителей, предъявляемых к продукции, в частности, отмечается, что «возрастает разнообразие видов реализуемых продуктов и услуг, на которое наслаивается множественная и все более тонкая дифференциация полезных свойств товаров и товарных марок» [6, с. 14]. Кроме того, такие факторы, как цена и качество продукции, в ряде случаев, перестают играть решающую роль, уступая место статусным мотивам потребления. Все это, в свою очередь, ведет к повышению сложности определения границ того или иного рынка, становится проблематичнее устанавливать перечень конкурирующих видов продукции и критериев конкурентоспособности предприятия что затрудняет, а порой и вовсе не позволяет, оценить конкурентоспособность предприятия в рамках указанных подходов.

Библиографический список

1. Зулькарнаев И.У., Ильясова Л.Р. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. 2013. № 4 (24). С. 17—27.
2. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. 2-е изд. СПб., 2014.
3. Минько Э.В., Кричевский М.Л. Качество и конкурентоспособность. СПб., 2014.
4. Плотичина Т.М. Определение конкурентоспособности предприятия // Вестник Тамбовского государственного технического университета. 2013. Т. 16, № 1. С. 205—211.
5. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отрасли и конкурентов: пер. с англ. М., 2012.
6. Радаев В.В. Социология потребления: основные подходы // Социологические исследования. 2013. № 1. С. 5-18.
7. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: учеб. 6-е изд., перераб. и доп. М., 2015.
8. Чурсин А.А. Управление конкурентоспособностью организации. М., 2013.

***Карманова Т.О.
Тюнин А.И.
г. Челябинск***

ДЕФИЦИТ И ПРОФИЦИТ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА

Государственный бюджет — это важнейший финансовый документ страны, который представляет собой совокупность финансовых смет всех ведомств, государственных служб, правительственных программ и т. д.. В нём определяются потребности, подлежащие удовлетворению за счёт государственной казны, равно как указываются источники и размеры ожидаемых поступлений в государственную казну.

В бюджетную систему Российской Федерации входят бюджеты следующих уровней:

- Федеральный бюджет;
- бюджеты субъектов Российской Федерации (региональные бюджеты);
- бюджеты муниципальных образований (местные бюджеты).

Бюджет называется сбалансированным, если его доходы и расходы равны между собой или имеют максимально сближенные значения. Такой баланс является нормой в

финансовой системе, к которой нужно стремиться. Но бывают и другие ситуации. Например, если случится так, что расходы превысят доходы, то будет наблюдаться дефицит государственного бюджета. Если же доходы бюджета превысят расходы, то данное состояние будет называться профицитом бюджета. Таким образом, механизм образования бюджета может быть представлен в следующей классификации:

- сбалансированный бюджет – доходы равны расходам;
- дефицит бюджета – расходы превышают доходы;
- профицит бюджета – доходы превышают расходы.

Чаще всего в финансовой системе встречается дефицит бюджета. Его возникновение в национальной экономике не является идеальной ситуацией. Чтобы покрыть дефицит бюджета используют специальные финансовые методы:

- инфляция (выпуск в обращение дополнительной денежной массы);
- внутренний долг (привлечение средств негосударственных организаций и населения страны);
- внешний долг (финансирование и кредитование других государств).

Дефицит бюджета является серьёзным показателем «нездоровья» национальной экономики, который подлежит урегулированию.

Довольно редко складывается противоположное дефициту бюджета состояние – профицит.

Существует немало минусов профицита. Например, в случае превышения доходов над расходами часть денег изымается из экономики, что способствует замедлению темпу роста, а именно: денег становится меньше – конкуренция за них уменьшается. Профицитное состояние бюджета говорит о том, что власти не умеют распоряжаться деньгами. Таким образом получается, что денежные средства бездумно накапливаются, вместо того, чтобы разумно стимулировать экономику и улучшать инфраструктуру государства. Кроме того, профицит также может являться показателем того, что в государстве ведётся необдуманная налоговая политика, когда для достижения сбалансированности бюджета компании должны платить повышенные налоги.

Так как профицит бюджета не является хорошим показателем, то при его обнаружении до утверждения бюджета возможны следующие действия по сокращению профицита:

1. сократить привлечение доходов от продажи государственной собственности, сократить привлечение доходов от реализации государственных запасов и резервов;
2. предусмотреть направление бюджетных средств на дополнительное погашение долговых обязательств;
3. увеличить расходы бюджета, в том числе за счет передачи части доходов бюджетам других уровней.

Таким образом, дефицит и профицит государственного бюджета означает, что государство неэффективно управляет финансово-бюджетной и налоговой политикой.

Крайне сложно сформировать сбалансированный бюджет, у которого доходы равны расходам, хотя органы финансового управления должны к этому стремиться.

Наиболее рациональным с позиции обеспечения сбалансированности является составление государственного бюджета с дефицитом во время спада производства и с профицитом в период инфляции.

Государственный бюджет должен быть инструментом поддержания обеспечения макроэкономической стабильности независимо от того, достигается это в данный период на основе дефицита и профицита. На первом плане должна быть общая стратегия экономического развития, глобальные цели и направление на их достижение.

Библиографический список

1. «Бюджетная система России: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям» / Под ред. Г.Б. Поляка. – М.: ЮНИТИДАНА, 2007.
2. «Финансы, денежное обращение и кредит» / Учебник. Под ред. М.В. Романовского и проф. О.В. Врублевской. – М.: Юрайт-Издат, 2002.

*Кимейша А.Д.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск*

ТУРИСТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

Деятельность туристических фирм в современных условиях всегда связана с большим или меньшим финансовым риском, степень которого особенно возрастает во внешнеэкономической деятельности. В наши дни каждое туристское предприятие несет материальную ответственность за собственные убыточные операции.

Туризм по своим основным характеристикам не имеет каких-либо принципиальных отличий от других форм хозяйственной деятельности. Поэтому все существенные положения современного маркетинга могут быть вполне применены и в туризме.

В то же время в туризме есть своя специфика, отличающая его не только от торговли товарами, но и от других форм торговли услугами. Здесь имеет место торговля, как услугами, так и товарами (по оценкам специалистов, доля услуг в туризме составляет 75%, товаров – 25%), а также особый характер потребления туристских услуг и товаров вместе их производства, более того, в определенной ситуации.

В туризме результат деятельности сводится к туристскому продукту. По сути, туристский продукт – это любая услуга, удовлетворяющая те или иные потребности туристов и подлежащая оплате с их стороны.

К туристским услугам относятся гостиничные, транспортные, экскурсионные, переводческие, бытовые, коммунальные и другие.

ЮНВТО (Всемирная туристская организация) выделяет три главные функции маркетинга в туризме:

- установления контактов с клиентами;
- развитие;
- контроль.

Однако маркетинг расширяет свои функции, делая особый акцент на взаимоотношениях с потребителями. Долгосрочные взаимоотношения с клиентами обходятся намного дешевле, чем маркетинговые расходы, необходимые для усиления интереса потребителя к услугам фирмы нового клиента.

Туристский продукт, прежде всего, должен быть хорошим приобретением. В связи с этим туристический маркетинг представляет собой последовательные действия туристских предприятий, направленных на достижение такой цели.

Основные принципы туристского маркетинга заключаются в следующем:

- 1) нацеленность на достижение конечного практического результата туристской деятельности;
- 2) направленность туристской организации не на сиюминутный, а на долговременный стратегический результат маркетинговой работы;
- 3) применение тактики и стратегии активного приспособления к требованиям потенциальных покупателей с целенаправленным одновременным воздействием на них.

Успех коммерческой деятельности на рынке туризма определяется, в первую очередь, привлекательным туристским продуктом. Термин "продукт" отражает качество или суть конкретных и абстрактных вещей (например, пища, приготовленная поваром

ресторана или услуги гида, знакомящего туриста с данной местностью или музеем). Но туристский продукт одновременно представляет собой совокупность весьма сложных разнородных элементов:

1. природные ресурсы (воздух, вода, солнце, ландшафт и пр.), исторические, культурные, архитектурные достопримечательности, которые могут привлечь туриста и побудить его совершить путешествие;

2. оборудование (средства размещения туристов, рестораны, оборудование для отдыха, занятий спортом и т.д.), которое само по себе не является фактором, влияющим на мотивацию путешествия, но при его отсутствии возникают многочисленные препятствия возможному путешествию;

3. возможности передвижения, которые в определенной мере зависят от моды на различные виды транспорта, используемые туристами. Такие возможности оцениваются, скорее всего, с точки зрения их экономической доступности, чем с точки зрения быстроты передвижения.

Туристский продукт городов - курортов — это результат усилий многих предприятий. Маркетинг в туризме как раз и нацелен на изучение совокупного продукта различных сфер деятельности. Сюда добавляются также ин формационные связи, необходимые для поиска компромисса между лучшим удовлетворением запросов потребителей и получением большей прибыли производителями.

Услуга туристская – конечный продукт деятельности предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей туристов (по ГОСТ 28681.01 – 90). К сфере туристской услуги относятся услуги, обеспечивающие удовлетворение потребностей людей и реализацию их деятельности в свободное время: отдых, экскурсии, путешествия.

В условиях конкурентной борьбы успеха может добиться только предприятие, которое творчески и нестандартно применяет концепцию маркетинга, постоянно ищет в её рамках новые способы адаптации к постоянно изменяющимся рыночным условиям, активного воздействия на рынок и потребителей.

Современный туризм невозможно представить без рекламы. Ведь она - самый действенный инструмент в попытках туристского агентства донести информацию до своих клиентов, модифицировать их поведение, привлечь внимание к предлагаемым услугам, создать положительный имидж самого агентства, показать его общественную значимость.

Принципы маркетинга определяют конкретные направления маркетинговой деятельности туристской организации, ее функции, которые тесно взаимосвязаны и поэтому нельзя ни одну из них исключить из системы, не нарушив ее целостности.

Становление рынка туристских услуг, необходимость развития гостиничного-туристского комплекса, коммерциализация туристской деятельности привели к необходимости внедрения принципов маркетинга в деятельность туристских организаций

Библиографический список

1. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме [Текст] / Папирян Г.А. – М.: «Финансы и статистика», 2009 – 368с.

2. Зорин И.В., Квартальное В.А. Энциклопедия туризма: [Текст] Справочник. М.: Финансы и статистика, 2008.,-С.156.

3. Майорова Л.В. Сезонная деятельность [Текст] //Туризм: практика, проблемы, перспективы, 2008, - № 3.- С.45.

4. Котлер Ф.; Боуэн Дж.; Мейкенз Дж. Маркетинг гостеприимство, туризм. [Текст] М.: «ЮНИТИ» 2008, - С.115.

БИНАРНЫЕ ОПЦИОНЫ. СТРАТЕГИИ БИНАРНЫХ ОПЦИОНОВ

В области финансов, бинарный опцион является одним из видов опционов, где получается выигрыш в виде некоторого фиксированного количества некоторого актива или вообще ничего. Двумя основными типами бинарных опционов являются вариант «деньги или ничего» и вариант «актив или ничего». Бинарный опцион «деньги или ничего» предполагает получение некоторой фиксированной суммы денежных средств, если опцион выполняется, в то время как бинарный опцион «актив или ничего» оплачивает стоимость базового актива.

Таким образом, опционы имеют двоичный характер, потому что существует только два возможных исхода. Их также называют опционы «все или ничего», цифровые опционы (наиболее распространенные на рынке форекс), и опционы с фиксированной прибылью (FROS) на Американской фондовой бирже. Бинарные опционы, как правило, являются опционами европейского стиля.

При покупке бинарного опциона предлагаемая потенциальная доходность известна точно и ранее, чем покупка сделана. Бинарные опционы можно купить практически на любой финансовый продукт, и они могут быть приобретены в обоих направлениях торговли либо путем покупки "Call" / "Up" опциона или "Put" / "Down" опциона. Это означает, что инвестор может разместить длинную или короткую позицию на любой финансовый продукт, просто покупая бинарный опцион. Бинарные опционы предлагаются до истечения заранее определенного срока, который может быть, например, 60 секунд, 30 минут, 1 час или до закрытия торгового дня и не может быть изменен.

Например, сделана покупка бинарного call-опциона типа «деньги или ничего» на акции компании XYZ при курсе \$100 с выплатой \$1000 при выполнении опциона. Тогда, если на дату погашения акции торгуются на уровне или выше \$100, владелец опциона получит \$1000. Если же акции торгуются ниже \$100, он не получит ничего.

В популярной модели Блэка-Шоулза, стоимость цифрового опциона может быть выражена в виде функции совокупного нормального распределения. Из-за трудностей в хеджировании бинарных опционов, которые находятся вблизи истечения срока, они гораздо меньше торгуются, чем ванильные опционы, но могут быть приближены при торговле с вертикальными спредами.

Бизнес-модель бинарных опционов

Платформы не взимают плату со своих инвесторов. Их прибыль идет за счет разницы между опционами, по которым при истечении полагаются выплаты, и опционами, по которым при истечении выплат не полагается. Эту разницу можно найти по следующей формуле. В ней для каждого базового актива с одинаковым сроком истечения: W - денежные выплаты по выигранным опционам в процентном отношении (например 1,7), L – выплаты по проигранным опционам (так называемая уступка брокера) в процентном отношении (например, 0,15), $V1$ и $V2$ - обороты сделок, совершенных для каждого исхода (например, \$1000), а S - прибыль платформы. $S = - [V1(W-1) + V2(L-1)]$

В этом примере оборот платформы составляет \$2000, а ее прибыль составляет \$150 или 7,5% от оборота. Поскольку прибыль платформы рассчитывается по приведенной выше формуле, большинству платформ будут безразличны, итоги одной сделки. Заметим, что если $V1$ не равен $V2$, то платформе придется выступать в качестве маркет-мейкера. Это может привести к тому, что прибыль платформы (S) будет более неустойчивой, чем в приведенной выше формуле. Для того, чтобы трейдер имел долгосрочную прибыль он должен предсказать правильно примерно 54,5% событий (в зависимости от вида опциона).

Стратегии бинарных опционов

Это может быть сюрпризом для многих заинтересованных в опционном пространстве, что put-опционы были введены на СВОЕ только в 1977 году, через девять лет после введения call-опционов. Рынок бинарных опционов в настоящее время находится на той же «земле без людей», где есть яркий рынок FX бинарных опционов со сложными стратегиями бинарных опционов, в то время как на другом полюсе существует множество платформ, предлагающих «ставки на час» и именующие эти ставки «инвестициями».

Но рынок бинарных опционов тоже имеет свой ассортимент стрэдлов, стрэнглов, call-спредов, бабочек, кондоров и т.д., которые пока еще не были изучены на основных биржах. Туннели, иначе коридоры достаточно хорошо известны и оценены в процессе обычного распространения call-опционов, хотя туннель, прежде всего, означает волатильность торговли. Другие стратегии, такие как герцог Йоркский, перетягивание каната, Аккумуляторы обеспечивают богатый выбор разнообразных инструментов, обеспечивающих различные и уникальные P & L профили.

Как указано выше, бинарные опционы, как правило, воспринимаются как опционы в европейском стиле, которые не может быть изменены до истечения срока. Бинарные опционы в американском стиле, как правило, называются опционами одного касания. Полный список стратегий бинарных опционов будет включать европейские и американские бинарные опционы, knock-in бинарные опционы, knock-out бинарные опционы и бинарные опционы на два актива.

Библиографический список

1. Линн, К. Дейтрейдинг на рынке Forex [Текст] / Линн, К. – 2002. – 345 с.
2. Ковел, М. Биржевая торговля по трендам [Текст] / Линн, К. – 2004. – 137с

***Кокарева И.Е.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск***

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЕ ЦВЕТА НА ПОТРЕБИТЕЛЯ

Психологами давно установлено, что наш мозг по-разному реагирует на тот или иной колор. Разные цвета возбуждают или успокаивают, пробуждают аппетит или настраивают на философский лад, вызывают чувства опасности или защищенности. Цвет существенно влияет на психоинтеллектуальное состояние человека. И потому науку колористику не могли оставить без внимания маркетологи, занимающиеся вопросом увеличения продажи.

Цвета обращаются к чувствам, подчеркивает качество, настроение, чувство, создают теплую или холодную среду, отражают времена года, имеют физиологические последствия, как положительные, так и отрицательные оптические раздражители, прикасаются к ощущениям: удовлетворение, приятный внешний вид, придают объемность среде и предметам.[2]

Когда видишь хорошие рекламные фильмы, листаешь буклеты, разглядываешь плакаты, непременно обращаешь внимание на выразительность цветовых и пространственных решений. Все продумано до мелочей. Все очень красиво, все работает на цель — привлечь внимание, заинтересовать рекламируемым товаром. Цвет и форма эмоционально воздействуют на человека.

При изучении влияния на индивида цветового восприятия срабатывает принцип Парето 80:20 (80% цвета и света "поглощаются" нервной системой и только 20% -

зрением). 84,7% покупателей указывают на цвет как на основную причину, по которой покупают конкретный товар. В списке факторов, влияющих на выбор покупателей, визуальная составляющая лидирует с большим отрывом - на нее ссылается 92,6% опрошенных. 6% респондентов ориентируются на текстуру товара и 1,4% - на звук или запах.

Цвет увеличивает узнаваемость бренда на 80%, что напрямую влияет на доверие потребителей.[6]

Наиболее популярными цветами в различных странах являются: красный (Россия, Ирак, Мексика, Норвегия); оранжевый (Голландия); желтый (Китай); зеленый (Австрия, Болгария, Мексика, Австралия, Ирландия, Египет); голубой (Индия); белый (Мексика); коричневый (Болгария).[2]

Между цветовым решением рекламы (рекламного обращения) и естественным восприятием человека как потребителя существует определенная зависимость: каждый цвет вызывает у потребителя подсознательные ассоциации и зрительные образы. Все работает на реализацию стратегической цели компании – привлечь внимание потенциального потребителя и заинтересовать окружающих рекламируемым товаром, в конечном итоге получить дополнительный доход.

Специальными исследованиями установлено, что количество используемых цветов непосредственно влияет на эффективность воздействия рекламного сообщения. Если эффективность восприятия черно – белого изображения принять за 100%, то эффективность двухцветного возрастает на 20%, а многоцветного – на 40%. Специфика высококачественных товаров и предметов роскоши лучше подчеркивается сочетанием черного с красным или золотистым. Свежесть – холодными цветами: синим и зеленым. Не случаен выбор, цвета зелени для молочной продукции, голубого для продуктов моря, коричневого – для керамики, "смелых" цветов (например, оранжевый) – для промышленных товаров, ярко-синего или оттенков красного – для ювелирных изделий.[2]

Таким образом, можно сделать вывод, что с помощью цвета можно управлять потребителем, а создавая необходимую цветовую среду вызвать у потребителя рекламы требуемые эмоции и ассоциативные образы, способствующие продвижению продукции на рынке и желанию приобрести рекламируемый товар. Грамотно подобранный способ воздействия на восприятие человека может незаметно скорректировать ход мыслей потенциального покупателя или клиента и в дальнейшем позволит управлять его поведением. Для опытного руководителя, менеджера или маркетолога такие способы воздействия могут быть мощным оружием в борьбе за рынок, за покупателя, за первое место среди конкурентов.

Библиографический список

1. Глаз, Ю.А. Исследование поведения потребителей / Ю. А. Глаз, Е. Г. Агаларова — Ставрополь: Ставропольский кооперативный институт Белгородского университета потребительской кооперации, 2009. — 152 с.
2. Голубкова Е.Н. Психологическое воздействие света, цвета, формы и корпоративной символики на восприятие рекламируемого продукта/ Е.Н.Голубкова, Ю. Мартынцева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. - № 4.[Электронный ресурс]. – Режим доступа. - URL: <http://www.dis.ru/library/market/archive/2005/4/3898.html>.
3. Кислицын, В. В. Маркетинг / В. В. Кислицын. — М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА — М, 2012. — 464 с.
4. Купер М. Язык цвета / М.Купер, А.Мэтьюз. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс,2001. – 144с.
5. Экономика предприятия: учебное пособие / В.И. Трухачёв, Н.В. Лазарева, О.А. Чередниченко. — Ставрополь: Отдел оперативной полиграфии ЦНТИ, 2009. — 38 с.
6. <http://blog.kissmetrics.com/>

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ СОТРУДНИКОВ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В современном менеджменте особая роль отводится стимулирующим аспектам управления персоналом. К ним можно отнести все мероприятия менеджмента организации, направленные на побуждение и выработку приверженности персонала к труду. Стимулирование сотрудников к труду является важной и неоспоримой составляющей эффективного функционирования компаний. Поскольку от того, насколько человек заинтересован в своей работе, зависит насколько своевременно, достоверно и в какие сроки он будет выполнять свои обязанности и, соответственно, от этого будут зависеть результаты работы его подразделения и всей организации в целом. Получения максимальной отдачи от использования трудовых ресурсов позволяет увеличить общую результативность и прибыльность деятельности предприятия, — в этом заключается актуальность исследуемой темы.

Вопросы стимулирования в России имеют свои характерные черты, которые связаны и с историческими реалиями формирования рыночной экономики и со специфическими особенностями менталитета. Специфика стимулирования персонала на российских предприятиях заключается в том, что используются преимущественно материальные системы вознаграждения и минимальное внимание уделяется системам вознаграждения, опирающимся на высшие потребности, такие как потребность в признании, потребность в самовыражении, потребность власти, потребности реализации творческого потенциала и т. п. Зачастую менеджеры организаций при разработке и планировании систем мотивации для своих сотрудников, не учитывают внутренние побудительные стимулы работающего персонала и их реальные потребности, что в итоге приводит к снижению стимулирующего эффекта реализуемых систем вознаграждения[3].

Отсутствие современных технологий и методов, ориентация на подходы и направления, которые являлись эффективными в эпоху индустриальной экономики, являются основополагающими организационными проблемами, т. к. напрямую связаны с ключевой ценностью любого предприятия — его интеллектуальным капиталом.

Для эффективного управления интеллектуальным капиталом, следует прибегать к инновационным технологиям стимулирования и мотивации персонала. Они позволяют экономить все виды организационных ресурсов: человеческие, материальные, финансовые, информационные; сберегать товарно-материальные запасы, минимизировать расходы и увеличивать их прибыльность, повышая жизнеспособность организации.

Цель стимулирования — это формирование и реализация комплекса условий, побуждающих человека к трудовой деятельности, направленной на достижение цели с максимальным эффектом и отдачей.

Невозможно директивно, насильственным методом стимулировать своих работников. Система стимулирования — это специальные мероприятия, направленные к внутренним ценностям и потребностям людей, работающих в компании.

Программа стимулирования на предприятии — это систематизированный комплекс мероприятий, стимулирующих кадры не только к работе, за которую производится оплата, но, прежде всего, к особому отношению в плане выполняемых функций, желанию работать именно в данной организации, к достижению видимых результатов в своей деятельности, к лояльности по отношению к вышестоящему руководству[7].

Протекание процесса стимулирования можно представить, если определить используемые для его интерпретации понятия: цели, потребности и мотивы.

Потребности — это нахождение человека в состоянии, испытывающем нужду в объекте, необходимом для его существования и функционирования, оно проявляется в зависимости от ситуационных факторов. Потребности являются источником активной деятельности индивидуума, причиной его целенаправленных действий.

Мотивы — это внутреннее побуждение и стремление человека к действию, направленное на результат (цель).

Цели — это конечный результат, на который преднамеренно направлен процесс осуществляемой деятельности.

Западные менеджеры по персоналу давно пришли к выводу о том, что сотрудники представляют собой главную, основополагающую ценность компании, их нужно выращивать, поскольку от трудового вклада каждого работника зависит успех всего предприятия[2].

Таким образом, отличительной особенностью всех иностранных предприятий, заключается в постепенной минимизации доли материальных вознаграждений и увеличении доли нематериальных стимулов, а также в возрастании роли и степени участия сотрудника в функционировании деятельности всего предприятия. В то время как большее число российских организаций характеризуется тем, что политика руководства направлена на сокращение в доходах семей доли общественных фондов потребления и увеличение доли в доходах материального вознаграждения.

Нужно обратить внимание на методологию японского менеджмента и перенимать умение пользоваться внутренними ресурсами, искать пути постоянного развития. К составляющим кадровым приемам в Японии относятся: опыт перемещения кадров внутри предприятия, подготовки новых специалистов и управленцев, методы формирования и объединения команды, принципы равенства и доверия, заботы о сотрудниках, кадровой политики «для людей», сохранение атмосферы семейственности на предприятии. Все это служит весомым стимулом к результативной работе.

В мае-июне 2014 года эксперты международного рекрутингового агентства “Kelly Services” провели исследование «Мотивация персонала на российском рынке труда». В соответствии с полученными результатами, можно увидеть, что основным стимулирующим фактором для россиян остается уровень оплаты труда (77 %).

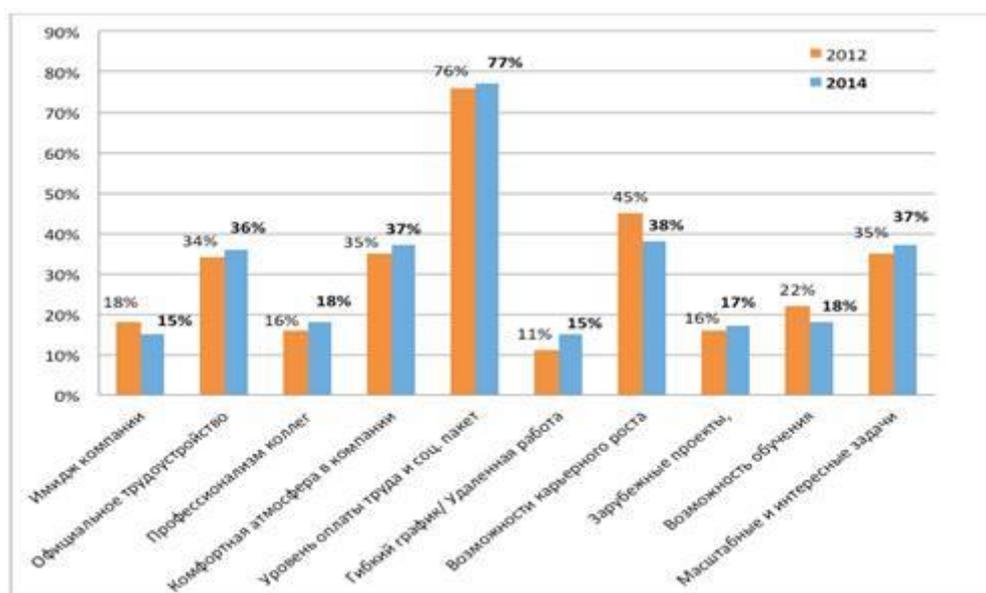


Рис. 1. Факторы, стимулирующие российских сотрудников

По сравнению с результатами исследования 2012 года, факторы, влияющие на мотивацию россиян, изменились. Снизилась привлекательность возможности обучения

(18 %) и имиджа компании (15 %). При этом масштабные и интересные задачи составляют 37 %, комфортная и дружеская атмосфера в компании также — 37 %, повысилась значимость официального трудоустройства (36 %), зарубежные проекты/командировки (17 %) и профессионализм коллег в общей совокупности (18 %), стали оказывать большее влияние на мотивацию работников. Стоит отметить, что гибкий график труда, составляющий 15 %, показал наибольший рост симпатий российских работников и увеличился на 4 % по сравнению с предыдущим периодом. По отзывам специалистов рекрутинговой компании, популярность этого фактора будет развиваться в 2015—2016 году (рисунок 1).

В результате анализа данной таблицы, можно сделать вывод, что на российских предприятиях главным стимулирования фактором для работника является уровень оплаты труда. Однако, как при недостаточном, так и при избыточном финансовом стимулировании, мотивация сотрудника падает. Отсюда следуют два важных вывода:

Персонал должен получать адекватную заработную плату, соответствующую степени ответственности и объему данной ему работы и способную предотвратить переход в другие компании. Увеличение уровня заработной платы работнику, не является стимулом, который может повысить его мотивацию. Как правило, после повышения оплаты труда, происходит подъем заинтересованности сотрудника, сопровождающийся около 2—3 месяцев, затем наблюдается спад интереса работников к труду[4].



Рис. 2. Основные стимулы россиян

Результаты исследований российских консалтинговых компаний выявили прямую зависимость между наличием льгот и их количеством, с одной стороны и чувством гордости, и положительным отношением работника к своему предприятию — с другой. Именно право на льготы, а не размер заработной платы влияют на отношение сотрудника к организации, делая его в целом более лояльным[5].

Таким образом, пути достижения эффективного стимулирования к труду многообразны и зависят в первую очередь от человеческих потребностей, норм и ценностей. Поэтому необходимо иметь четкое представление о структуре мотивационных потребностей сотрудников в организации (рисунок 2).

Российским организациям следует перенимать опыт зарубежных коллег в плане нематериальной мотивации персонала, учитывающей обстановку, рабочее место, признания сотрудника как личности, предоставление льгот, создание условий, формирующих такую мотивацию работников, которая будет максимально располагать их к высоким трудовым достижениям. Тогда у персонала будет преобладать чувство удовлетворенности своей работой, которая соответствует их установкам и ожиданиям.

Восточная пословица гласит, что мы можем подвести коня к водопою, но не можем заставить его напиться. Работодатель может нанять на работу сотрудника и платить ему любые деньги, но заставить его любить компанию или свою работу не может. Любовь и преданность за деньги не купишь. Поэтому формирование у сотрудников приверженности к своей организации является основополагающей целью в управлении персоналом любой организации.

Библиографический список

1. Бирюк А. Как мотивировать персонал к результативной постоянной работе [Текст] // Бизнес без проблем - Персонал. - 2007. - № 5.
2. Мильнер Б.З. Теория организации: Учебник. - 3-е изд. - М.; ИНФРА-М, 2003. - 558 с.
3. Мотивация персонала // Вопросы экономики. - М.: 2010. - № 2.
4. Спивак В.А. «Организационное поведение и управление персоналом» [Текст]. - СПб: Изд-во «Питер», 2011.
5. Управление персоналом организации: Учебник [Текст] / Под ред. А.Я. Кибанова. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 512 с.
6. Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Управление персоналом в малом и среднем бизнесе. - М.: АКАЛИС, 2013.
7. Цветаев В. Мотивация наемного труда в разных ситуациях // Персонал-МИКС. - 2012. - № 3(10).

***Кондаурова А.А.
Федорова К.А.
г. Челябинск***

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ В РОССИИ

Одной из экономических предпосылок демократического общества является децентрализация принятия экономических решений. Конкуренция принуждает предпринимателей к эффективным действиям на рынке, заставляя их предлагать потребителям более широкий ассортимент товаров и услуг по более низким ценам и лучшего качества. Именно это способствует прогрессу экономики: эффективность производства повышается, создаются условия для концентрации ресурсов в наиболее результативных секторах экономики. [1] Говоря о конкуренции, чтобы сформировать полную картину о ее назначении необходимо показать ее как положительные стороны, так и отрицательные.

Положительные стороны конкуренции:[2]

1. конкуренция заставляет постоянно искать и использовать в производстве новые возможности;
2. конкуренция требует совершенствовать технику и технологии;
3. конкуренция стимулирует повышение качества товара;
4. конкуренция заставляет снижать затраты (и цены);
5. конкуренция ориентирует на ассортимент товаров повышенного спроса;

Отрицательные стороны конкуренции:[2]

1. при конкуренции наблюдается беспощадность и жестокость по отношению к неудачнику;
2. многочисленность «жертв» в виде банкротств и безработицы.

Конкуренция в РФ - состязательность хозяйствующих субъектов, при которой их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них

односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товаром рынке.[1]

Представляется, что в настоящее время основная работа по созданию конкурентной среды в экономике России должны вести Министерство образования России, Отделение экономики РАН, Министерство экономического развития и торговли РФ, Министерство промышленности, науки и технологии РФ, Министерство экономики России, Госстандарт России и некоторые другие структуры. Безусловно, немаловажная роль в процессе создания конкурентной среды в экономике России должна отводиться и самим хозяйствующим субъектам.

Концепцию создания конкурентной среды и повышения конкурентоспособности России следует формировать на основе экономических законов рыночных отношений, законов организации, научных подходов, принципов и методов управления, принципа всеобщности участия и повышения качества работы. Создание эффективной и действенной конкурентной среды возможно только тогда, когда конкурентоспособность станет национальной идеей, стилем жизни каждого гражданина России и страны в целом.[4]

В настоящее время в России отсутствует системный прогноз повышения конкурентоспособности различных отраслей народного хозяйства и сфер деятельности в России. Такие прогнозы присутствуют только лишь в отдельных отраслях народного хозяйства и носят случайный характер. В тоже время в любой отрасли народного хозяйства имеется сегодня достаточно большое количество проблем, препятствующих созданию конкурентной среды. Более того, большинство этих проблем одинаково практически для всех сфер деятельности и решить их возможно только на основе разумного сочетания и применения различных экономических законов, законов организации, научных подходов, принципов и методов управления, стратегического маркетинга, инновационного менеджмента и так далее.[4]

Как уже отмечалось, существует достаточно большое количество общих проблем, препятствующих созданию полноценной конкурентной среды в экономике России. Стоит заметить, что эти проблемы имеют самые различные аспекты, и направления их решения лежат в различных сферах. Это и сферы государственной власти (законодательная, исполнительная власти), и в сфере экономики и финансов, и в сфере образования, социальной сфере и так далее.

Очевидно, что построение конкурентной среды в экономике России возможно только при взаимодействии всех ветвей государственной власти, всех государственных и негосударственных структур, то есть при содействии всех структурных элементов экономики. Только общий подход поможет решить проблемы создания конкурентной среды в экономике России.

Основные проблемы, препятствующие созданию конкурентной среды в экономике России:[3]

1. Слабая стыковка и интеграция права с другими отраслями науки, недостаточное применение системного и других научных подходов. Существенные трудности создает неконкретность и неоднозначность толкования многих нормативных актов, и низкий уровень профессионализма многих работников, разрабатывающих законы.

2. Слабая подготовка работников исполнительной власти по проблемам управления конкурентоспособностью, качеством и ресурсосбережением, ориентация деятельности на текущий момент, а не на стратегию развития управляемых объектов на 10-20 лет, низкое качество управленческих решений, а также частая сменяемость структур и кадров.

3. Отсутствие комплексной стратегии развития страны на длительный период, учитывающей экономические, технические, организационные и другие аспекты.

4. Наличие системы двойного (легального и нелегального) учета, разработка финансовых планов сверху (от своих желаний), а не снизу, с рынков (от своих возможностей).

5. Низкое качество экономического обоснования решений, отсутствие на всех уровнях управления системы менеджмента, ориентированной на достижение конкурентоспособности объектов, слабое методическое, информационное и правовое обеспечение управления экономикой.

6. Низкая эффективность использования ресурсов, непонимание необходимости перехода экономики страны на инновационный путь развития.

7. Отсутствие научно обоснованной системы подготовки экономистов, менеджеров, юристов для условий рыночных отношений. Негативное воздействие здесь также оказывает низкий уровень заработной платы работников образования и культуры, старение основных фондов в учреждениях образования.

8. Такие отрасли социальной сферы, как жилищное строительство, транспорт, бытовое обслуживание, лечение, отдых и так далее значительно отстают от своих конкурентов среди промышленно развитых стран, прежде всего по качеству услуг.

9. Серьезные проблемы в создании конкурентной среды в экономике России создает топливно-энергетический комплекс страны. Здесь осложняет положение высокая себестоимость добычи и переработки природных ресурсов, значительные расстояния их транспортирования, а также высокий вес физически и морально изношенных основных фондов, отсутствие научно-обоснованных стратегий развития отраслей ТЭК.

Можно сказать, что основной проблемой создания конкурентной среды в экономике России является большая изношенность основных фондов. Эта проблема характерна в одинаковой степени для химической промышленности, лесной, пищевой, легкой. Эта же проблема имеет место при добыче и переработке черных и цветных металлов, в машиностроении и приборостроении, а также в сельском хозяйстве. Практически во всех выше перечисленных отраслях наблюдается изношенность основных фондов примерно на 75-80%. Вполне очевидно, что такая изношенность основных фондов никак не может служить благоприятным моментом для создания конкурентной среды в экономике России.

10. Элементы производственной инфраструктуры явными конкурентными преимуществами также не обладают. Они находятся в стадии реформирования, становления и развития. В целом для этих элементов характерны те же проблемы, что и для других отраслей народного хозяйства.

11. Не отличается в лучшую сторону и сфера строительства. Низкое качество отечественного строительного оборудования, не конкурентоспособность российских строителей на внутреннем рынке, а также низкий уровень организации строительных работ и отсутствие соответствующей системы менеджмента – все это не может являться положительной предпосылкой в создании конкурентной среды в экономике России.

Таким образом, видно, что для того, чтобы создать в экономике России полноценную конкурентную среду необходимо решить не только выше указанные, но еще и многие другие проблемы и это весьма небыстрый, но необходимый процесс.

В заключение хотелось бы сказать, что конкуренция представляет собой соперничество, состоящее между участниками рыночной экономики за приобретение наиболее благоприятных условий своего хозяйствования. Конкуренция при всех ее положительных и отрицательных сторонах, является важным элементом рыночного механизма саморегулирования. Рынок является индикатором общественно необходимых потребностей общества в соответствующем количестве материальных благ.

Так же стоит заметить, что Россия обладает достаточным научно-производственным и кадровым потенциалом, богатейшими природными ресурсами (в четыре раза богаче США), чтобы разработать систему обеспечения конкурентоспособности страны, настойчиво и терпеливо, но неуклонно уходить с характерного для россиян 127 места в мире по конкурентоспособности. Если же в ближайшее время не начнется реальное создание условий для развития свободной конкуренции, для повышения конкурентоспособности России в целом, то вскоре можно

будет ожидать еще большее снижение конкурентоспособности страны, а вместе с этим и дальнейшее снижение жизненного уровня населения, так как именно уровень развития конкуренции во многом определяет жизненный уровень населения каждой страны.

Библиографический список

1. Войтов, А. Г. Экономика. Общий курс : Учеб. фундаментальной теории экономики по дисциплинам : экономика (введение, основы, общая теория), рыночная экономика, экономическая теория, теоретическая экономика, политэкономия, микроэкономика, макроэкономика / А. Г. Войтов. - 3-е изд., перераб. - Москва : Маркетинг, 1999. - 486 с.
2. Курс общей экономики : [учебное пособие для студентов, обучающихся по специальностям "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Мировая экономика"] / под общ. ред. Р. М. Нижегородцева, Р. М. Гусейнова. - Новосибирск : Сибирское университетское издательство, 2007. - 459 с
3. <http://vsempomogu.ru/economika/econom/189-6.html>
4. <http://xreferat.com/113/7117-2-konkurenciya.html>

***Костина В.Ю.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И МЕТОДЫ ЕЕ ЛЕГАЛИЗАЦИИ

В настоящее время теневая экономика существует во всех странах мира, представляя собой подсистему рыночного хозяйствования. Позиции ее становятся все более прочными, а границы между официальной и теневой экономикой все более условными.

Мировой опыт свидетельствует, что распространенность теневой деятельности в решающей степени зависит от общего состояния экономики, уровня жизни населения и исходящих от государства ограничений.

Главная цель теневой экономики - минимизация издержек экономической деятельности и максимизация доходов, не показываемых государству и гражданскому обществу. Другими словами, такая экономика функционирует в тени формальных институтов. Теневые экономические отношения возникают и развиваются на основе несоответствия жизненных интересов людей в экономической сфере ее законодательно-нормативному регулированию со стороны государства. Теневая экономика всегда является признаком несовершенства правового государства.

В российском законодательстве отсутствуют такое понятие, как «теневая экономика», «теневой капитал», что приводит к разнообразной трактовке этих терминов специалистами, а в практической области препятствует решению проблем уголовного преследования за легализацию доходов, полученных преступным (незаконным) путем. Теневой экономикой можно назвать хозяйственную деятельность, которая развивается вне государственного учета и контроля, а потому не отражается в официальной статистике [1, с. 12].

На этапе перехода к рыночной экономике в нашей стране сформировалась масштабная система теневой экономики, охватившая, практически, все сферы общественной деятельности. Согласно исследованиям Всемирного банка (2014-15 годах) теневая экономика РФ составляет 43% от ВВП, в Китае – лишь 13% ВВП, в Швейцарии – 8%, а в Израиле - только 6,6%. В России более пятой части трудовых ресурсов занято в неформальной экономике [2, 3].

Были проведены исследования, которые показали численность занятого населения по регионам РФ в неформальном секторе теневой экономики в % в 2014 г. (табл. 1).

Таблица 1.

РФ	20,1
г. Санкт-Петербург	2,9
г. Москва	4,5
Чукотский авт. Округ	7,8
Тюменская область	10,1
Московская область	10,1
Кемеровская область	15,1
Свердловская область	16,0
Якутия	19,1
Пермский край	22,8
Челябинская область	22,9
Приморский край	25,8
Оренбургская область	26,1
Курганская область	27,4
Краснодарский край	28,1
Башкортостан	29,3
Ставропольский край	29,3
Республика Алтай	35,1
Республика Ингушетия	50,9
Республика Дагестан	57,0
Чеченская Республика	63,0

Низкая доля неформальной экономики (НЭ) – в городах-мегаполисах и регионах с развитой экономикой и предложением достаточного количества легальных рабочих мест с высокой заработной платой. Высокая доля – в регионах, где почти нет промышленности и недостаточно развито сельское хозяйство[2].

Легализация преступных доходов - это многоэтапный процесс, преследующий цель с помощью ряда финансовых операций придать правомерность владения незаконно полученным доходам. Для этого используются различные средства, приемы, техники, призванные исказить истинную информацию о первичном источнике происхождения легализуемого капитала, оторвать имеющиеся доходы от укрываемых, криминально полученных и ввести их в легальную сферу экономики. Легализация является прямым каналом поступления доходов криминального сектора теневой экономики в открытую экономику.

Наиболее специфический способ легализации коррупционных доходов, который условно можно отнести к легализации, исключает операции, специально направленные на сокрытие истинного источника происхождения доходов, и включает такие действия, как немедленное расходование наличных денежных средств и сокрытие доходов путем оставления их без движения, так называемый накопительный путь. Оставление преступных доходов без движения (накопительный способ), при отсутствии финансовых операций или иных действий по приданию правомерности владения доходам или имуществу, не образует состава легализации.

Следующим способом легализации доходов от коррупционной деятельности является их перемещение за границу, преимущественно в офшорные зоны, как наиболее

привлекательные места для расслоения и размещения преступных доходов, и инвестирование в экономику зарубежных государств.

Легализация денежных средств на территории иностранного государства носит характер международной легализации, тесно связана с незаконной банковской деятельностью или другими экономическими преступлениями и, как правило, предварительно планируется.

Проблема детеневизации экономики в современном мире, как правило, решается на основе создания эффективной системы регулирующего воздействия государства как фактора обеспечения экономической безопасности.

В настоящее время в отечественной и зарубежной практике используются различные стратегии в решении проблемы детеневизации экономики. К наиболее известным стратегиям относятся радикально-либеральная и репрессивная стратегии.

Репрессивная стратегия предполагает расширение и усиление деятельности правоохранительных органов на основе применения многообразия репрессивных мер по борьбе с любыми проявлениями теневой экономики, критерием которой является жесткое соблюдение правовых норм и неприемлемости применения в борьбе с теневыми экономическими проявлениями либеральных морально-этических принципов.

Радикально-либеральная стратегия основывается на применении системы политических, социально-экономических и правовых мер, направленных на крупномасштабную легализацию теневой экономической деятельности, не связанной с криминальным бизнесом и соответствующей либеральным морально-этическим принципам общества.

Легализация теневой экономики предполагает переход ее на легальное положение, то есть узаконение ее функционирования в соответствии с действующими законодательными нормами; официальное разрешение ранее запрещенной законодательством чьей-либо деятельности.

Главная цель легализации теневой экономики - вывод из тени неформальных теневых экономических отношений, не представляющих реальную угрозу жизни, здоровью и безопасности людей, а также сложившимся морально-этическим нормам.

Библиографический список

1. Кизон, Е. А. Соотношение сущности понятий «теневая экономика» и «неформальная экономика» с точки зрения современной практики их применения // Е. А. Кизон, Д. Г. Маслов // Новый университет. - 2012. - № 12 (22).

2. Юрий Корчагин, ЦИРЭ: Центр Исследований региональной экономики Воронеж. 2015. <http://www.lerc.ru/?part=articles&art=18&page=13>

3. Буров В.Ю. Определение масштабов теневой экономики // Вестник-Экономист (Электронный научный журнал). 2012. №4. С. 1–17. http://vseup.ru/static/articles/Burov_2.pdf

***Кочкина К.В.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск***

ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ

Партизанским маркетингом (guerrilla marketing) называют малобюджетные способы рекламы и маркетинга, позволяющие эффективно продвигать свой товар или услугу, привлекать новых клиентов и увеличивать свою прибыль, не вкладывая или почти не вкладывая денег.

Термин «партизанский» автор позаимствовал из военного дела, где тот используется для ведения войны силами малых отрядов. Согласно партизанскому маркетингу основополагающий фактор успеха – завоевание доверия потребителей; ресурсы расходуются бережно, до тех пор пока не достигается рентабельность производства; необходимы достоверная информация и терпение с тем, чтобы нанести «удар» в нужное время в и нужном месте. Залогом такой точности является не только неординарное маркетинговое и рекламное решение, но и активное использование особенностей человеческой психологии.

Поэтому использование партизанского маркетинга становится особенно актуальным в условиях кризиса.

Основными отличиями партизанского маркетинга от традиционного являются:

1. Обычный маркетинг всегда утверждал: чтобы быть на рынке, нужно вкладывать деньги. Партизанский маркетинг утверждает, что, конечно, можно вкладывать деньги, но не обязательно делать это, если есть желание инвестировать время, энергию, воображение и информацию.

2. Традиционный маркетинг окутан тайной, и это наводит страх на многих бизнесменов. Они не уверены в том, что именно входит в маркетинг. Партизанский маркетинг полностью снимает покров тайны и показывает маркетинг таким, какой он есть, – процесс, который контролирует сам предприниматель, а не наоборот.

3. Обычный маркетинг приспособлен к нуждам большого бизнеса. Суть партизанского маркетинга – это малый бизнес;

4. Традиционный маркетинг измеряет свою эффективность объемами продаж, количеством ответов на предложение, кликов на веб-сайтах или потоком посетителей в магазинах. Партизанский маркетинг напоминает о том, что главный показатель, достойный внимания, – это объем прибыли.

5. Обычный маркетинг основывается на опыте и суждениях, порой весьма далеких от реальной жизни. В партизанском маркетинге за основу, по-возможности, берется психология – законы человеческого поведения.

6. Традиционный маркетинг направляет все усилия на то, чтобы продать, и ошибочно считает, что на этом маркетинг заканчивается. Партизанский маркетинг напоминает, что 68 % убытков в бизнесе происходят из-за апатии после покупки. Клиентов игнорируют, после того как они что-то купили. Именно поэтому партизанский маркетинг проповедует активное ведение клиентов – учет мнений клиентов, постоянное поддержание контактов с ними. Так что с уверенностью можно сказать, что «партизаны» никогда не теряют клиентов из-за недостатка внимания.

Партизанский маркетинг использует пару сотен видов маркетингового оружия, и большинство из них – бесплатные.

Рассмотрим подробнее основные виды партизанского маркетинга:

1. Попутная реклама. При оказании услуги на территории клиента или нейтральной территории сотрудник, оказывающий услугу, может быть задействован, в том числе, и для распространения рекламы.

2. Например, установщик пластиковых окон может, завершив работу, развесить на дверные ручки квартир во всем подъезде рекламные материалы с информацией о том, что один из жильцов сегодня воспользовался услугами фирмы. Такая реклама почти не стоит денег, но при этом эффективнее рекламы в СМИ по соотношению «цена/качество» поскольку демонстрирует не только присутствие на рынке, но и популярность.

3. Услуга как шоу. Часто оказываемая услуга трансформируется в шоу, представление, аттракцион. Это производится путем оказания услуги на показ, на публику и добавления в процесс ее оказания каких-либо зрелищных элементов. Пример такой шоу-услуги – работа профессионального бармена, который устраивает целое цирковое представление из смешивания двух-трех напитков.

4. Распространение «пробников» через клиентов.

5. Практика раздачи клиентам «пробников» продукции или услуги.

Например, это может быть новый аромат; билет на одну поездку на аттракционе в парке развлечений и т. п.

Традиционная реклама с каждым днем дорожает, а эффективность ее снижается. Потребители перегружены рекламной информацией и зачастую не обращают на нее внимание, а партизанский маркетинг может пробиться сквозь рекламный шум за счёт нестандартного способа воздействия на потребители и направленности на узкие сегменты рынка, вплоть до единичных покупателей. Причём с минимальными, по сравнению с другими методами продвижения, затратами.

Библиографический список

1. Левинсон, Д.К. Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах [Текст] / Д.К. Левинсон. – М.: НТ-пресс, 2008. – 506 с.

2. Амблер, Т. Практический маркетинг. [Текст]: серия «Теория и практика менеджмента». – СПб.: Питер, 2010 – 400 с.

3. Левитас, А.М. Партизанские методы продвижения товаров и услуг [Текст] / А.М. Левитас // Деловой квартал. – 2008. – № 6. – с. 6-8.

***Красикова А.С.
Плетнев Д.А.
г. Челябинск***

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СТРАТЕГИЙ КОМПАНИИ НА ОСНОВЕ СТОИМОСТИ

Стратегической целью любого коммерческого предприятия является рост ее стоимости; следовательно, менеджменту компании необходимы эффективные инструменты планирования, координации и контроля, которые позволяют своевременно принимать решения с целью максимизации стоимости бизнеса.

В процессе слияния и поглощения возникают специфические проблемы, в частности, столкновение корпоративных культур и их нивелирование, формирование новых организационных структур управления, трансформация прежних мотивационных схем и многие другие.

В исследовании вопросов управления стоимостью фирмы существенный вклад внесли такие авторы, как Э. Блэк, М. Браун, Д.Л. Волков, Т. Коллер, Т. Коупленд, Т. Стюарт и ряд других ученых.

Общие проблемы стратегического управления организацией исследованы в работах А.Н. Алисова, О.С. Виханского, А.Л. Гапоненко, У. Кима, Ф. Котлера и других.

Концепция управления стоимостью компании (value-based management, VBM) - это построение системы оценки результатов деятельности на основе стоимости и выстраивание по этому интегрированному показателю рычагов управления. VBM ориентирует топ-менеджмент компании на максимизацию рыночной стоимости предприятия. Стоимость же предприятия определяется ее дисконтированными будущими свободными денежными потоками.

Концепция управления стоимостью компании предполагает, что ее топ-менеджмент принимает лишь те управленческие решения, которые способствуют не только усилению текущей бизнес-модели предприятия, но и направлены на ее устойчивое развитие.

Оценка стоимости «как она есть» представляет собой оценку предприятия доходным подходом. Если возникает стоимостной разрыв между текущей рыночной стоимостью со стоимостью «как она есть», то руководству компании необходимо выстроить правильную коммуникацию с инвесторами. Потенциальная стоимость

вследствие внутренних улучшений представляет собой стоимость компании за счет улучшения операционных показателей в финансовой модели предприятия. Анализируется реальный оптимистичный сценарий по улучшению маржинальности и оборачиваемости предприятия. Таким образом, можно определить, какие стоимостные резервы существуют у предприятия.

Потенциальная стоимость вследствие внешних улучшений применима для крупных холдингов. При таком сценарном анализе анализируется стоимость отдельно взятой бизнес-единицы предприятия. Следовательно, на основе такого анализа необходимо определить, какие бизнес-единицы лучше продать стратегическому инвестору, а какие – вывести из корпоративного портфеля.

Следующим этапом является анализ новых возможностей роста. Руководству компании необходимо проанализировать и найти новые возможности роста за счет выхода на международные рынки, поиска новых сегментов рынка и др. Последний этап – моделирование стоимости предприятия за счет оптимизации структуры капитала.

И. В. Ивашковская предложила пентаграмму управления стоимостью акционерного капитала. В предложенной модели первое слагаемое – это перевод стратегического планирования на язык стоимости. Если компанией применяется концепция управления стоимостью, то все ее действия должны базироваться на стоимостном мышлении.

Второе слагаемое – оперативное планирование создания стоимости, что означает внедрение стоимостных показателей на корпоративном уровне, которые будут увязаны с нижними уровнями управления.

Третье слагаемое – мониторинг стоимостных показателей предприятия для своевременного выявления и реагирования на «разрушителей стоимости».

Четвертое слагаемое – перевод системы мотивации и вознаграждения на язык приращения стоимости компании.

Пятое слагаемое – система коммуникаций с инвесторами (здесь И. В. Ивашковская предлагает создание системы информации о политике, используемой для управления стоимостью акционерного капитала). Пятое слагаемое может быть дополнено предложением Колина Кларка, который предлагает расширить существующую финансовую отчетность за счет включения в нее отчета о доходах акционеров, что приведет к тому, что управление предприятием будет больше сосредоточено на создании корпоративной стоимости, а не на традиционной бухгалтерской рентабельности.

В развивающемся рынке и в условиях перестройки банкам более всего соответствует процесс планирования, включающий три компонента:

- стратегическое планирование (выработка идей, концепций, подходов);
- тактическое планирование (определение мероприятий выполнения стратегий);
- финансовое планирование и разработка бюджетов (перевод задач в конкретные оперативные финансовые показатели).

При этом стратегическое планирование в процессе управления деятельностью банка в современной России является первичным фактором на пути обеспечения его устойчивости.

Для анализа взаимодействия интересов, в первую очередь инвесторов и акционеров с кредиторами необходимо построить ежегодные изменения кредитного рейтинга и рентабельности.

Построив зависимость годовых показателей рентабельности капитала (ROE) предприятий и их кредитного рейтинга мы получим множество различных значений показателей, граница которых образует множество эффективных стратегий поведения предприятий. Такая граница в теории оптимизации имеет название – Парето оптимальное множество, это то множество, где менеджер не может получить улучшения одного показателя, не ухудшив результаты по другому. Следует отметить, что между финансовой устойчивостью, выраженной рейтингом и рентабельностью существует обратная нелинейная зависимость, это говорит о том, что предприятия, нацеленные на

максимизацию рентабельности бизнеса, в итоге, снижали свою финансовую устойчивость. Можно предположить, что одним из способов, с помощью которого предприятия повышали свою результативность, было привлечение заемного капитала, а, как известно, увеличение доли которого напрямую влияет на финансовую стабильность.

Коэффициент рентабельности собственного капитала (Return On Equity, ROE) - отношение чистой прибыли компании к среднегодовой величине акционерного капитала, рассчитывается по формуле:

$$ROE = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Среднегодовой акционерный капитал}} \times 100\%$$

Рентабельность собственного капитала характеризует доходность бизнеса для его владельцев, рассчитанную после вычета процентов по кредиту (т.е. чистая прибыль).

При расчете данного коэффициента предполагается использование данных из годовых отчетов о прибылях и убытках. Если при расчете используется квартальная или другая отчетность, то коэффициент должен быть умножен на число периодов отчетности в году.

Далее следует отметить, что анализируя таким образом предприятия, менеджеры получают инструмент, с помощью которого они могут определить лидеров отрасли и региона, которые находятся на эффективной границе, и определить потенциал возможного увеличения рентабельности без ухудшения финансового состояния.

Данный подход можно назвать двухкритериальным, либо подходом по оценке «риск-доходность» предприятия. Для того, чтобы выбрать оптимальную стратегию развития, предприятию необходимо оценить ее с позиции ожидаемой доходности и риска.

Также следует сделать предположения относительно выбора оптимальной стратегии:

- Предположение о ненасыщаемости. Другими словами, стратегический менеджер всегда делает выбор в сторону стратегии развития, по которой ожидается большая рентабельность.

- Предположение об избегании риска. Стратегический менеджер всегда выберет ту стратегию, которая имеет меньший риск.

Традиционно выделяют следующие основные этапы стратегического планирования:

- Стратегический (ситуационный) анализ;
- Уточнение миссии банка;
- Определение стратегических целей банка;
- Разработка стратегий банка (маркетинга; оптимального управления рисками; организационной структуры и управления персоналом);
- Разработка плана действий.

Ситуационный анализ является базой любого процесса планирования. Данный анализ должен включать исследование состояния окружающей среды, в которой функционирует банк (внешний анализ), а также характеристику внутреннего потенциала банка (внутренний анализ), чтобы разрабатываемые стратегии базировались на реальных потребностях рынков, клиентов банка и его финансовых возможностях.

На основе внешнего и внутреннего анализа проводится анализ сильных и слабых сторон, опасностей и возможностей (так называемый SWOT-анализ). Его задачей является определение влияния существенных рыночных тенденций на сильные и слабые стороны деятельности банка, обнаруженные при проведении внутреннего анализа. SWOT-анализ должен ответить на вопросы:

- какие негативные внешние факторы могут ослабить достигнутое конкурентное преимущество банка на тех или иных направлениях деятельности;
- какие возможности рынка позволяют укрепить слабые позиции банка.

Для характеристики состояния отечественной экономики выделяют количественные и качественные факторы, которые непосредственно влияют на показатели банковской системы и строятся альтернативные прогнозы их изменения в будущем.

Отбор ключевых внешних факторов, которые могут существенно повлиять на результаты деятельности банка. А именно, например, на изменение объема привлеченных ресурсов, доходность отдельных видов операций и т.д.

Оценка конкурентной позиции банка и ее изменений проводится на основе влияния ключевых внешних факторов. По отношению к банку выделяется группа его конкурентов, они классифицируются по применяемым стратегиям, и определяется доля занимаемого ими рынка.

Критериями сопоставления положения банка и положений его конкурентов на изучаемом рынке являются: доля рынка, доходность операций, новизна и качество предлагаемых услуг, концентрация клиентов (более 80% от объема всех клиентских операций), капитальная база банка.

Сегментация рынка проводится с целью выявления потенциальных возможностей и опасностей, которые несет банку тот или иной вид его деятельности на рынке.

- Для определения количественного показателя завоеванного рынка могут быть использованы следующие коэффициенты: количественная эволюция и коэффициент обеспеченности.

Коэффициенты обеспеченности показывают степень привязанности клиентов к банку: чем больше продуктов потребляет клиент, тем меньше он хочет сменить банк, что очень важно при осуществлении стратегии сохранения ресурсной базы.

Анализ численности клиентов банка осуществляется в зависимости от их размера. Руководство банка должно внимательно следить за тем, чтобы присутствие крупных клиентов балансировалось значительным количеством ресурсов мелких и средних клиентов, за счет которых можно поддерживать текущую ликвидность банка. Анализ нужно проводить отдельно по частной и корпоративной клиентуре.

Анализ продаж позволяет оценить эффективность работы с клиентами: даже если клиентов много и они потребляют разнообразные услуги, банк может работать неэффективно в случае, если совокупный объем операций мал, а их себестоимость велика.

- Качественный показатель завоеванного рынка. Целью анализа является определение мнения клиентов о качестве услуг банка и ответа на вопрос: Каков имидж банка в глазах различных групп населения, организаций, органов власти и регулирующих органов?

- Анализ финансового состояния банка является основным рассматриваемым показателем, который дает представление о наличии либо отсутствии возможностей для реализации отобранных вариантов стратегий.

Основными его этапами являются:

- Анализ активов и пассивов банка и их согласованности.
- Анализ эффективности деятельности банка.
- Анализ банковских рисков.
- Анализ капитала банка.

В ходе планирования своей деятельности банк для себя определяет безубыточный уровень от операций привлечения и размещения средств (необходимая маржа) и предполагаемый доход от их проведения (желаемая маржа). А именно:

- Необходимая маржа (точка безубыточности) равна минимальной разнице в средних ставках процента по активным и пассивным операциям банка, при которых банк работает безубыточно.

- Достаточная (желаемая) маржа равна разнице в средних ставках процента по активным и пассивным операциям, при которых превышает точку безубыточности и достигается доход.

Отрицательные показатели маржи по отдельным операциям указывают на неэффективность деятельности банка. Положительные показатели маржи отражают эффективность деятельности банка и должны сравниваться с величиной необходимой маржи (точкой безубыточности).

Размер маржи по отдельным активным операциям должен как минимум превышать размер необходимой маржи и как максимум размер достаточной маржи.

Последующим и важным этапом анализа эффективности деятельности банка является сравнение стоимости банковских продуктов (услуг) с фактической доходностью и с рыночным уровнем данных показателей.

Анализ банковских рисков. В ходе данного этапа анализа финансового состояния банка выявляются риски, которые банк принял на себя, их воплощение в повседневной деятельности, способы страхования от них (хеджирования) и их ограничения (использование системы лимитов). Полученные выводы являются основой разработки стратегии управления рисками банка.

Последний этап внутреннего анализа должен дать характеристику персоналу банка, оценить достаточность или избыточность численности сотрудников, соответствия их квалификационного уровня выполняемым функциям, эффективность системы стимулирования труда сотрудников и т.д.

Завершается внутренний этап анализа подведением итогов ситуационного анализа, анализом опасностей и возможностей (SWOT-анализ).

Полученные основные выводы в результате проведенного внешнего и внутреннего ситуационного анализа должны быть систематизированы и сопоставлены друг с другом для определения цели дальнейшего развития банка.

Библиографический список

1. Ивашковская, И.В. Финансовые измерения корпоративных стратегий. Стейкхолдерский подход: Монография. – 2-е изд., перераб. и доп. / И.В. Ивашковская. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 320 с.

2. Теплова, Т.В. Инвестиционные рычаги максимизации стоимости компании. Практика российских предприятий. / Т.В. Теплова. – Москва: Вершина, 2007. – 270 с.

3. Тарханова, Е. А. Устойчивость коммерческих банков / Е. А. Тарханова. – Тюмень: ВекторБук, 2014. – 186 с.

***Курдюкова Л.А.
Тюнин А.И.
г. Челябинск***

ПРОВЕРКА ЗНАНИЙ УЧАЩИХСЯ НА УРОКАХ ЭКОНОМИКИ

Проверка знаний учащихся является важным компонентом обучения. Без закрепления знаний учащихся через их проверку на уроках невозможно достичь полного усвоения темы. Учитель должен осуществлять проверку знаний учащихся непрерывно, в течение всего периода обучения. Это соответствует принципу систематичности и последовательности обучения.

В процессе изучения экономики учащиеся на уроках должны овладеть множеством экономических понятий, их свойствами, взаимосвязями, они должны уметь применять теоретические знания при решении экономических задач. Поэтому без хорошо налаженной проверки знаний, а так же своевременного оценивания результатов невозможно утверждать об эффективности обучения экономике.

Понятие "проверки знаний" рассматривалось многими учеными, среди которых Савин Н.В., Пидкасистый П.И. и т.д.

Из определений, которые приводят ученые в своих работах, можно сказать, что главная цель проверки знаний на уроках является определение уровня знаний учащихся по пройденной теме, выявление недочетов при обучении у учителя. Для конкретизирования данного понятия необходимо выделить его функции. К ним относят контролирующую, обучающую, ориентирующую и воспитывающую функции. Функции проверки знаний постоянно осуществляются на практике при обучении. Существует очень тесная взаимосвязь между функциями, видами и методами проверки, в которых они и проявляются. Многие ученые выделяют несколько видов проверки знаний учащихся: предварительную, текущую, тематическую (периодическую), заключительную (итоговую).

Во всех видах проверки знаний преподаватели используют различные методы. Методы проверки - это способы, с помощью которых определяется результативность учебно-познавательной деятельности учащихся и педагогической работы учителя. Большинство ученых выделяют следующие методы проверки знаний учащихся:

Повседневное наблюдение за учебной работой учащихся позволяет делать выводы о домашних условиях учащихся, об их учебных способностях, их усидчивости на уроках, возможностях концентрации внимания на получаемом материале и учителе. Следующий метод - это устный опрос. Его задача состоит в постановке перед школьниками вопросов, охватывающих содержание изученного материала, а так же в оценивании полноты, логичности и обоснованности их ответов; Можно выделить следующие виды устного опроса: индивидуальный опрос, фронтальный опрос, уплотненный/комбинированный опрос. Индивидуальный опрос - это вид устной проверки знаний, при котором опрашиваются конкретные учащиеся. Они могут отвечать с места или же их могут вызывать к доске. При фронтальном устном опросе происходит непосредственный контакт учителя с классом. Учащиеся должны внимательно слушать, чтобы поправить и дополнить отвечающего. Третий вид устной проверки - это уплотненный или комбинированный опрос. Данный вид опроса подразумевает, что один ученик отвечает устно учителю, несколько готовятся отвечать, выполняя на доске различные записи и решая задания, а остальные выполняют индивидуальные письменные или практические задания, приготовленные учителем. Для более эффективной проверки знаний с помощью метода устного опроса необходимо придерживаться основных методических требований:

1. в вопросах не должно быть явных и неявных подсказок;
2. вопрос должен трактоваться однозначно;
3. если вопрос сложный, то после его формулировки требуется разъяснить, что должен содержать в себе ответ на этот вопрос;
4. вопросы и предполагаемые ответы должны соответствовать желаемым результатам;
5. оценивание ответа должно быть объективным.

Третий метод проверки знаний является письменный контроль. Он осуществляется с помощью письменных работ, которые используются для проверки знания теоретического материала; умения применять его к решению задач; контроля сформированных навыков. К формам письменной проверки относят диктанты формул, дат и определений, эссе, письменные ответы на вопросы, рефераты, тесты, задачи и упражнения, контрольные и проверочные работы.

При данном методе есть несколько общих методических рекомендаций по проведению письменных работ:

1. крупные письменные работы правильнее всего проводить после того, как учитель убедится в том, что пройденный материал хорошо усвоен учащимися;
2. необходимо предупреждать заранее о проведении такой работы;
3. вопросы и задания письменных работ должны охватывать основные положения изученного материала, активизируя их память, мыслительную деятельность, активность, ответственность;

4. необходимо проследить за честностью и самостоятельностью выполнения заданий каждым учеником;
5. до начала письменной работы необходимо сообщить учащимся время, которое им отведено;
6. сложные и объемные работы желательно проводить в первой половине недели на 2-3 уроке;
7. проверка работ должна проводиться внимательно и объективно.

В заключение можно сказать, что в системе учебной работы должны находить свое применение все рассмотренные выше методы проверки знаний. Благодаря их использованию появится возможность обеспечения необходимой систематичности и глубины контроля за качеством успеваемости обучающихся.

При удачном выборе метода для проверки у учителя появится возможность увидеть все пробелы в знаниях учащихся, проанализировать их успеваемость по предмету, сделать выводы о своей работе и исправить все недостатки подачи материала во время проведения следующей темы.

Библиографический список

1. Ефремов, О. Ю. "Военная педагогика" О. Ю. Ефремов. - Питер, 2008.-638 с.
2. Мойсеюк, Н.Э. "Педагогика." /Н.Э. Мойсеюк. - Киев:Б.в., 2001. – 608 с.
3. Пидкасистый, П.И. "Педагогика - Учебное пособие для студентов педагогических вузов и педагогических колледжей"/ П.И. Пидкасистого. - М.:Педагогическое общество России, 1998. - 640 с.
4. Савин, Н. В. "Педагогика" /Н. В. Савин. - М.:Просвещение, 1978.-351 с.
5. Харламов, И.Ф. "Педагогика: Учебное пособие" /И.Ф. Харламов.- М:Гардарики, 1999.- 519 с.
6. Основные виды контроля и методика его проведения [Электронный ресурс], - <http://neudoff.net/info/psixologiya/osnovnye-vidy-kontrolya-i-metodik-ego-provedeniya/>
7. Формы и методы проверки знаний, умений, навыков по математике начальных классов [Электронный ресурс], - <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=20973>

*Куровская Т.С.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск*

ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

Современное понятие «этика» включает в себя несколько составляющих. Одним из них является «профессиональная этика», которая в свою очередь имеет такую составляющую как «деловая этика». Именно деловая этика определяет идеал предпринимателя с точки зрения его поведения в обществе в целом и в бизнес-кругах в частности.

Деловая этика — система норм поведения и моральных ценностей, специфических знаний и навыков, вырабатываемых, накапливаемых и воспроизводимых в процессе хозяйственной деятельности, — представляет важнейший элемент экономической культуры. Это модель идеального поведения предпринимателя, общезначимые правила, прочерчивающие границу между тем, что оценивается представителями делового мира как норма, достойное поведение, и тем, что считается аномалией, непристойностью.

В подавляющем большинстве случаев деловая этика формировалась на протяжении длительного времени под влиянием определенной культуры. Не даром, в разных регионах земного шара дипломатический протокол различен. Также отличаются способы, сроки, места ведения бизнес-переговоров, заключения сделок и т.д. Хотя в настоящее время наблюдается процесс своеобразной диффузии (взаимного проникновения) этических норм

разных культур друг в друга. Страны с менее развитым бизнесом и экономикой стараются налаживать экономические связи с более развитыми странами. Если вы хотите получить что-то от вашего партнера – вам надо ему «понравиться». Одним из способов «понравиться» является повторение стиля, жестов и мимики вашего партнера. При чем этот закон психологии в бизнесе работает как часы. В поле бизнеса повторение стиля партнера означает безусловное восприятие его способа ведения переговоров, стиля одежды и т.д. Вот так, стараясь налаживать деловые контакты, многие страны и народы впускают к себе в дом несвойственные им привычки и этические нормы.

В современном мире развился некий стереотип успешного делового человека. Это индивидум обязательно в белой рубашке и деловом костюме, который строго придерживается определенных правил ведения бизнеса, общения с партнерами и конкурентами, четко ведет деловую документацию.

Нередко в деловых отношениях мы сталкиваемся с противоречиями между сущим и должным. С одной стороны, человек стремится вести себя нравственно, как говорят, должным образом, с другой - желает удовлетворить свои потребности, реализация которых часто связана с нарушением нравственных норм. Эта борьба между идеальным и практическим расчетом создает конфликт внутри человека, который острее всего проявляется в этике деловых отношений, в деловом общении. Поскольку этика делового общения является частным случаем этики вообще и содержит в себе ее основные характеристики, то под этикой делового общения понимается совокупность нравственных норм и правил, регулирующих поведение и отношения людей в профессиональной деятельности. Нормы и правила поведения, действующие в обществе, предписывают человеку служить обществу, согласовывать личные и общественные интересы. Моральные нормы опираются на традиции и обычаи, а мораль учит нас делать каждое дело так, чтобы от этого не было плохо людям, которые находятся рядом.

В настоящее время нормальный этический бизнесмен придерживается определенных этических правил при ведении своего бизнеса. Эти правила таковы:

1. Предприниматель свято верит, что его деятельность нужна не только ему, но еще обществу в целом и отдельным его представителям в частности.

2. Бизнесмен верит в людей вокруг себя. Он верит, что они хотят и умеют работать вообще, и с ним в частности.

3. Он относится к бизнесу как к творчеству, верит в него, вкладывает в него душу.

4. Предприниматель четко понимает важность сотрудничества, но и признает необходимость конкуренции.

5. Предприниматель чтит законы, уважает любую форму собственности. Он особенно ценит профессионалов своего дела, высоко ценит образование и науку.

Вышеперечисленные этические принципы бизнесмена могут быть применимы или доработаны абсолютно для любой сферы его деятельности.

В бизнес –этике всегда нужно обращать внимание на правила и нормы поведения, на обязанности по отношению к клиенту, к коллегам; уметь владеть собой, быть терпеливым, внимательно выслушивать посетителя, а также иметь надлежащий внешний вид и владеть культурой речи.

В настоящее время руководители требуют от коллектива соблюдение всех норм деловой этики. Это обязательно, поскольку мнение партнеров складывается от общего представления об организации. Вот почему необходимо владеть навыками этики делового общения. Принципы, которые указывают на отношения между организацией и коллективом, направлены на удовлетворение потребностей человека первой необходимости, таких как деньги, защищенность, самореализация. А это, в свою очередь, приводит к повышению производительности труда и развитию экономики в целом.

Библиографический список

1. Браим И.Н. Этика делового общения.[Текст] – Минск: Жизнь, 2012. – 305с.

2. Волгин Б.В. Деловые совещания. [Текст] – М.: Деловая мысль, 2010. – 121с.
3. Муравьев А.И., Игнатъев А.М., Крутик А.Б. Предпринимательство[Текст]: Учебник. —СПб.: Издательство «Лань», 2009. — 696 стр. — (Учебники для вузов. Специальная литература).

*Лобанова В.В.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск*

СОЦИАЛЬНЫЙ PR В ОБРАЗОВАНИИ

Системные изменения, происходящие сейчас в образовании, не только свидетельствуют о приоритетности данной сферы в государственной политике, но и показывают, что их успешность в немалой степени зависит и от социального партнерства школы и гражданских институтов.

Сегодня, особенно с учетом перспективы перехода на подушевое финансирование, борьба «за ученика» становится очень серьезной. И в этом случае нужно лишь признать необходимость использования современных технологий, в том числе и PR.

В нашу жизнь прочно вошло понятие «образовательная услуга». Если есть услуга, значит, есть рынок этих самых образовательных услуг, и с этим уже ничего не поделаешь. Существование же любого рынка автоматически предполагает конкуренцию и, как следствие, неизбежность конкурентной борьбы.

Социальный PR - это деятельность, направленная на формирование, поддержку и развитие нужных (чаще всего позитивных) отношений, формирование позитивных моделей поведения и т. д. К этой сфере PR традиционно относятся социальные и благотворительные проекты и проекты общественных и некоммерческих организаций. К области социального PR традиционно относят социальные, спонсорские и благотворительные проекты коммерческих структур и деятельность некоммерческих организаций и общественных объединений.

Стратегическая цель государственной политики в области образования: повышение доступности качественного образования, соответствующего требованиям инновационного развития экономики, современным потребностям общества и каждого гражданина.

PR в образовательной сфере - специфичная функция управления, которая помогает реализовывать основные цели и задачи образовательного учреждения - воспитание и образование учащихся.

Можно выделить несколько направлений социального PR в общеобразовательной школе:

1. PR, направленный на популяризацию образования в целом;
2. PR, направленный на продвижение общеобразовательной школы, и привлечение спонсорских средств;
3. пропаганда здорового образа жизни и морально-этических норм.

Следовательно, объектами социального PR общеобразовательной школы будут являться: общество в целом, родители, ученики, государство, коммерческие структуры, некоммерческие структуры, преподавательский состав и сотрудники образовательного учреждения.

Для успешного развития социального PR в образовательном учреждении важно использовать паблисити, рассказы о новых образовательных программах, об уникальных условиях или педагогах, о ценах на образовательные услуги, об участии в масштабных проектах, достижениях своих работников (победитель конкурса и т. д.), об успехах своих учеников (например, в областных олимпиадах). При этом важно заметить, что никто не может лучше рассказать об образовательном учреждении, чем его руководитель.

Успешное развитие социального PR строится на:

- внешнем облике;
- уставе образовательного учреждения;
- развитии отношений с обществом.

Как инструмент социального PR можно использовать следующее:

- Различные коммуникации, направленные на улучшение контактов между участниками образовательного процесса с социальными партнерами.
- Мероприятия, направленные на выявление и ликвидацию слухов или других источников непонимания и ложной информации.
- Социально активную деятельность образовательного учреждения.
- Информирование общественности через средства массовой информации о достижениях образовательного учреждения и его воспитанников.
- Мероприятия по созданию благоприятного микроклимата школы.

В формировании благоприятного общественного мнения об образовательном учреждении необходимо использовать следующие инструменты социального PR:

- Подготовку педагогическим коллективом какой-либо новости (сообщения или события, например, об ученической научно-практической конференции, олимпиаде, конкурсах педагогического мастерства, образовательных проектах и т. д.) и оповещение об этом СМИ по телефону или с помощью пресс-релиза.
- Личное общение руководителя школы с группой представителей общественности, способной стать распространителями информации.
- Телеочерк или рассказ о лучших учителях школы, видеозапись фрагментов уроков.
- Проведение PR-мероприятий в дни профессиональных праздников (День учителя, 1 сентября, Последний звонок) и каких-либо других праздников или памятных дат, событий в истории образовательного учреждения, города, страны и др.

В образовании развитие социального PR имеет свою специфику: он не имеет прямого эффекта, не содержит прямых посланий типа «Поступайте в нашу школу!»; «Наше образовательное учреждение - лучшее в городе!» и т. п. Социальный PR подразумевает, прежде всего, работу со средой косвенного воздействия на социальные позиции школы (образовательные ожидания родителей, запросы и амбиции учителей, стереотипные позиции чиновников, культурный потенциал граждан, психологический климат в территории и др.).

Таким образом, важно, чтобы руководитель и его команда активно использовали направления и инструменты социального PR. При использовании ими вышеперечисленных направлений и инструментов социального PR можно привлечь спонсоров, улучшить материально-техническую базу, сохранить высококвалифицированных преподавателей, всё это непременно повысит и уровень образования в школе.

Библиографический список

1. Шарков, Ф.И. Паблик рилейшнз [Текст] / Ф.И. Шарков. - 3 изд. - М.: Торговая Корпорация "Дашков и К", 2009.- 332с.
2. Костицина, А.В. Методическое пособие по курсу «Организация отдела по СО» [Текст] / А. В. Костицина. – М.: Екатеринбург, 2008. – 352с.
4. Панкрухин, А.П. Маркетинг образовательных услуг [Текст] / А.П. Панкрухин. – М.: 2009.-318с.

***Ломаева Ю.А.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

БЕЗРАБОТИЦА – ВИДЫ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Актуальность темы в том, что проблема безработицы волнует и присутствует в любом современном государстве, в том числе и в России. На данный момент практически не осталось ни одного государства, в котором не стояла бы проблема безработицы. Безработица сказывается на экономическом, социальном и психологическом состоянии людей. Потеря работы, либо невозможность получить её для большинства означает, прежде всего, снижение жизненного уровня.

Безработица - это результат непрерывного изменения предложения и спроса рабочей силы в условиях рыночной системы хозяйствования. Она определяется как разница между численностью работоспособных, входящих в общую массу рабочей силы, и числом занятых трудовой деятельностью.

Виды безработицы. Фрикционная безработица - существует постоянно в результате непрерывного изменения предложения и спроса рабочей силы, смены рабочих мест. Она выступает в виде временной потери работы, включая смену места работы, поиск более высокооплачиваемой, получение новой квалификации.

Структурная безработица - возникает тогда, когда структура предложения рабочей силы не соответствует структуре спроса на нее, когда старые, неперспективные отрасли производства закрываются, а новые начинают развиваться и необходимо время для переподготовки работников и перемены ими рабочих мест.

Технологическая (специализированная) безработица –образуется в результате сокращения спроса на работников устаревших специальностей при одновременном наличии свободных рабочих мест по новым специальностям.

Циклическая безработица - тип безработицы, возникающей в условиях спада производства при превышении числа претендующих на рабочие места над их количеством. Циклическую безработицу определяют как разницу между числом занятых на данный период времени и числом рабочих мест, которые можно было бы занять на производстве при достижении потенциального уровня национального дохода.

Добровольная безработица - тип безработицы, возникающей при условии добровольной не занятости некоторых групп населения.

Скрытая безработица - это содержание на предприятиях и в организациях в интересах сохранения трудовых коллективов излишних работников, которые могли бы быть высвобождены в результате спада производства.

Сезонная безработица обусловлена сезонными колебаниями в некоторых отраслях (с/х).

Застойная безработица образуется за счет самых устойчивых слоев безработных: нищих, бродяг, бомжей.

Безработица является характерной чертой рыночной экономики.

Уровень безработицы измеряется как доля официально зарегистрированных безработных к численности занятых в производстве.

Продолжительность безработицы характеризует среднее время перерыва в работе.

Естественным уровнем безработицы называют такой уровень, при котором факторы, повышающие и понижающие зарплату и цены, находятся в равновесии.

Социально-экономические последствия. К числу таких последствий относятся прежде всего недоиспользование в значительных размерах рабочей силы, которое оборачивается для общества большими экономическими потерями, недопроизводством в значительных размерах материальных благ и услуг, или, в стоимостном выражении, потерями ВВП - Закон Оукена: Если фактический уровень безработицы превышает ее естественный уровень на 1%, то отставание объема ВВП составляет 2,5% (коэффициент Оукена).

Таким образом, мы видим, что безработица является неотъемлемой частью организации жизни людей, которая может стать одним из факторов, способных дать характеристику экономического состояния и благополучия общества и государства в целом.

Библиографический список

1. «Экономика»/ Под ред. доц. А. С. Булатова. — М.: Издательство БЕК, 2012. — 632 с.
2. «Экономика»/под ред. Липсиц И.В. –М.:Издательство: «Омега-Л»,2013.-656 с.
3. Свободная энциклопедия Википедия, статья «Безработица»
<https://ru.wikipedia.org/wiki/Безработица> (дата обращения 20.04.2016)
4. Русская служба [Электронный ресурс] – Режим доступа:<http://stud24.ru/economics/bezrobotica--vidy-i-socialnoekonomicheskie/251108-739168-page1.html> (дата обращения 19.04.2016)
5. Русская служба [Электронный ресурс] – Режим доступа:http://www.0zd.ru/ekonomika_i_ekonomicheskaya_teoriya/socialno-ekonomicheskie_posledstviya_2.html(дата обращения 21.04.2016)

*Маренинов И.А.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск*

АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ПОДХОД К ИЗМЕРЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ АКТИВАМИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ

Актуальность исследования обусловлена необходимостью правильного и рационального выбора инвестиционного фонда инвестором, который выбирает его основываясь на своих инвестиционных предпочтениях, а также организацией управления активами внутри определенного инвестиционного фонда управляющим фонда.

В мировой практике разработано достаточно большое количество методов оценки эффективности управления портфелем ценных бумаг, наиболее распространенными из которых являются расчет коэффициента Шарпа, коэффициента Трейнора и коэффициента Дженсена (альфа). Все указанные подходы основываются на сопоставлении полученной доходности и риска портфеля. Считается, что лучше управляется тот портфель, отношение «доходность – риск» которого выше. Тогда как сама идея сравнения риска и доходности не может быть оспорена, вызывает большие сомнения возможность адекватной оценки риска портфеля. С одной стороны, все указанные методы оценки эффективности выведены из положений современной портфельной теории Г. Марковица и модели CAPM У Шарпа и потому используют в качестве меры риска портфеля дисперсию доходности или её производные. Новейшие исследования в области функционирования финансовых рынков подвергли сомнению обоснованность использования дисперсии доходности в качестве меры риска портфеля, так как на реальном рынке распределение ставок доходности не соответствует нормальному распределению. Таким образом, использование дисперсии в качестве меры риска не дает его адекватной оценки. С другой стороны, адекватно оценить риск активно управляемого портфеля, структура которого регулярно изменяется, можно только в том случае, когда достоверно известны применяемые стратегия и тактика управления портфелем. Но в распоряжении инвестора имеются только общедоступные данные об изменении стоимости управляемого портфеля, которые не позволяют про извести полноценную оценку риска.

По мнению авторов, для адекватной оценки эффективности активно управляемых портфелей перспективным является подход, основанный на детальном сопоставлении динамики стоимости управляемого портфеля и динамики фондового рынка в целом. Автором предпринята попытка разработать методику оценки эффективности управления портфелем, использующую такой подход. Данная методика получила название «Active Strategy Efficiency» (ASE).

Неоспоримо, что наиболее важным показателем эффективности работы инвестиционного менеджера, активно управляющего инвестиционным портфелем,

является его способность прогнозировать движение рынка. Другими словами, менеджер портфеля должен стремиться увеличить долю акций в периоды подъема рынка акций (снизив долю денежных средств и инструментов с фиксированным доходом) и сократить долю акций в периоды падения котировок (увеличив долю инструментов с низким риском). Вместе с тем не стоит забывать о том, что кажущаяся высокая эффективность портфельного менеджера может в реальности оказаться ни чем иным, как везением в нескольких удачных сделках. Таким образом, явным свидетельством того, что менеджер действительно эффективен, являются систематические правильные реакции менеджера на движение рынка. Методика оценки эффективности управления портфелем активов, разработанная авторами, основывается на двух критериях, характеризующих эффективность управления портфелем:

- точность прогнозирования рынка и выбора инструментов с наивысшим потенциалом в рассматриваемом периоде;
- стабильность (регулярность) точных прогнозов и, следовательно, портфельных решений.

В методике ASE заложено предположение о том, что эффективный портфельный менеджер удачно и стабильно прогнозирует движения рынка и отбирает в портфель акции с лучшим потенциалом роста.

Анализ проводится на основе следующих показателей:

- $+R_i$ – доход портфеля P в период роста i (в %);
- R_j – доход портфеля P в период спада j (в %);
- $+R$ – средний доход портфеля P в периоды роста, равен средней арифметической доходности портфеля P за все рассматриваемые периоды роста.

- R – средний доход портфеля P в периоды спада, который равен средней арифметической доходности портфеля P за все рассматриваемые периоды спада.

- $+RM$ – средний доход рыночного портфеля M в периоды роста, равен средней арифметической доходности портфеля M за все рассматриваемые периоды роста.

- RM – средний доход рыночного портфеля M в периоды спада, равен средней арифметической доходности портфеля M за все рассматриваемые периоды спада.

- $+k$ – коэффициент относительного роста стоимости портфеля, $+k = +R/+RM$;

- k – коэффициент относительного снижения стоимости портфеля, $k = R/RM$

- K – общий показатель агрессивности стратегии, измеряющий степень волатильности портфеля относительно волатильности рыночного индекса, $K = +k + k$.

Чем больше значение K , тем выше волатильность портфеля, что указывает на более агрессивную стратегию, используемую управляющим портфелем. Значение K для портфеля, волатильность которого соответствует волатильности рыночного портфеля, равно 2.

ASE – показатель абсолютной эффективности применяемой активной стратегии, $ASE = +k - k$;

$+S$ – коэффициент стабильности результата управления портфелем в периоды роста фондового рынка. Рассчитывается как отношение количества периодов роста, когда выполнялось условие $(+R_i/+RM_i > k)$ к общему количеству периодов роста за рассматриваемый отрезок времени;

S – коэффициент стабильности результата управления портфелем в периоды падения фондового рынка. Рассчитывается как отношение количества периодов спада, когда выполнялось условие $(R_j/RM_j < +k)$ к общему количеству периодов спада за рассматриваемый отрезок времени.

S – коэффициент стабильности результатов применяемой активной стратегии, $S = +S + S$.

В периоды роста рынка портфельный менеджер должен стремиться получить максимальный доход от инвестиций. Вместе с тем он должен максимально сократить убытки в случае, когда рынок падает. Управляющий может придерживаться как агрессивной стратегии, когда изменение стоимости портфеля в среднем превышает изменение стоимости рыночного портфеля ($K > 2$), так и консервативной стратегии, когда изменения портфеля в среднем меньше изменения стоимости рыночного портфеля ($K < 2$).

Но в любом случае эффективный менеджер должен стремиться к тому, чтобы его относительные потери в периоды спада были меньше относительных доходов в периоды роста, то есть соблюдалось условие $ASE > 0$. Но только этого недостаточно. Управляющий должен стремиться получать стабильный результат, то есть хотя бы в половине периодов выполнять условие $+R_i/+RM_i > k$ (в периоды роста) или $R_i/RM_i < +k$ (в периоды спада). Таким образом, показателем стабильных результатов стратегии является значение $S > 1$.

В зависимости от эффективности используемой менеджером стратегии и устойчивости полученных при управлении результатов портфели классифицируются на 8 групп.

Группа портфеля определяется показателями эффективности управления (ASE), степенью агрессивности стратегии (K) и устойчивостью результатов (S). Инвестору стоит делать выбор в пользу портфелей с максимальным показателем ASE и значением S больше 1. Выбор в пользу портфеля с консервативной или агрессивной стратегией целиком зависит от индивидуальных потребностей инвестора и целей инвестирования. При этом выбор портфеля по показателю K следует проводить только среди портфелей с максимальным значением ASE , так как низкий уровень K сам по себе не говорит о низком риске инвестиций в портфель, так же, как и высокий уровень K не говорит о высокой доходности.

Предложенная методика ASE позволяет оценить эффективность управления портфелем, не используя в расчетах уровень риска, адекватное определение которого вызывает массу вопросов. Оценка эффективности управления проводится исключительно на основе объективных и достоверных данных о динамике стоимости портфеля и фондового индекса. При этом результат оценки на основе предложенной методики позволяет составить более точное представление об эффективности управления портфелем. Методика ASE с большой пользой может быть применена в условиях развивающегося рынка. Отсутствие необходимости оценивать риск позволяет применять ASE при сравнительно небольшом количестве данных для анализа. Так, например, с помощью методики ASE вполне можно оценить результаты управления, имея в наличии данные о ежемесячной динамике активов портфелей за последние 12 месяцев. Этого вполне достаточно для того, чтобы составить представление об эффективности работы управляющих портфелями с помощью ASE . Вместе с тем, имея такое количество данных, невозможно провести корректную оценку с помощью коэффициента Шарпа, Трейнора или Дженсена. Это связано с тем, что статистические показатели (стандартное отклонение или коэффициент b) не могут быть корректно рассчитаны при наличии всего 12 наблюдений, их требуется намного больше. Развивающиеся фондовые рынки, а также работающие на них инвестиционные фонды часто не имеют статистики в достаточных количествах. Кроме того, темпы изменения инвестиционных условий на развивающихся рынках настолько высоки, что имеющаяся статистическая информация очень скоро становится неактуальной. егодня завтра вчера сегодня после позавчера огонь

Библиографический список

1. Корень А.В. Международные биржевые фонды как основа диверсификации инвестиционного портфеля // В мире научных открытий. – 2010. – № 4-9. – С. 53-55.
2. Аксенова Н. Государственное регулирование иностранных инвестиций// Проблемы теории и практики управления. – 2010. - № 9. – С. 85-93.
3. Корень А.В., Корнева Е.В. Проблема низкого уровня финансовой грамотности населения и пути её решения // В мире научных открытий. – 2010. – № 4-9. – С. 39-42.
4. Дасковский А.В., Киселев В.В. Совершенствование оценки эффективности инвестиций// Экономист. – 2009. - № 1. – С. 42-57.
5. Дриго М.Ф. Методология оценки экономической эффективности инвестиционных решений// Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. - № 1. – С. 18-24.
6. Орлова Л.Н. Информационно-инвестиционные аспекты управления конкурентоспособностью предприятия// Экономика, статистика и информатика. – 2011. - № 3. – С. 91-95.
7. Прокопьева Т.И., Ворожбит О.Ю. Инвестиции физических лиц в ценные бумаги // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 3. – С. 401.

***Морозова О.Ф.
Базавлуцкая Л.М.
г. Челябинск***

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И СТРУКТУРА МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛИЗА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Маркетинг является одним из видов управленческой деятельности и влияет на расширение производства и торговли путем выявления запросов потребителей и их удовлетворения. Он увязывает возможности производства и реализации товаров и услуг с целью покупки продукции потребителем. Маркетинг не начинается там, где завершается производство. Напротив, характер и масштабы производства диктуются маркетингом.

Каждому предприятию, перед тем как планировать объем производства, формировать производственную мощность, необходимо знать, какую продукцию, в каком объеме, где, когда и по каким ценам оно будет продавать [1].

Для этого нужно изучить спрос на продукцию, рынки ее сбыта, их емкость, реальных и потенциальных конкурентов, потенциальных покупателей, возможность организовать производство по конкурентной цене, доступность необходимых материальных ресурсов, наличие кадров необходимой квалификации и т.д. От этого зависят конечные финансовые результаты, воспроизводство капитала, его структура и, как следствие, финансовая устойчивость предприятия. Другими словами, деятельность любого предприятия начинается с маркетингового анализа, основными задачами которого являются:

- изучение платежеспособного спроса на продукцию, рынков ее сбыта и обоснование плана производства и реализации продукции соответствующего объема и ассортимента;
 - анализ факторов, формирующих эластичность спроса на продукцию;
 - оценка степени риска невостребованной продукции;
 - оценка конкурентоспособности продукции и изыскание резервов повышения ее уровня;
 - разработка стратегии, тактики, методов и средств формирования спроса и стимулирования сбыта продукции;
 - оценка эффективности производства и сбыта продукции.
- Процесс маркетингового анализа включает шесть этапов:

1. Определение проблемы, постановка цели и задач исследования.
2. Разработка плана исследования.
3. Сбор информации, необходимой для проведения исследования.
4. Аналитическая обработка информации.
5. Обобщение результатов маркетингового анализа.
6. Принятие управленческих решений и разработка стратегического плана маркетинга организации [1].

Успех или неуспех предприятия на рынке зависят от многих факторов, которые можно изучить при помощи анализа его потенциала. Такой анализ позволяет выявить слабые и сильные стороны деятельности. Предприятия тем более конкурентоспособны, чем лучше они используют все рыночные шансы и чем быстрее устраняют свои слабые стороны.

Результаты маркетинговых исследований являются основой для формирования сметы продаж, а следовательно и планируемых уровней выручки и прибыли от продаж.

Маркетинговый анализ рынка – это деятельность по оценке, определению, моделированию и прогнозированию процессов и явлений рынка, а также деятельности самого предприятия с помощью экономических, статистических и других методов исследования.

Анализ маркетинговых данных всегда зависит от ряда факторов. Существует огромное количество всевозможных классификаций, которые помогают четко выделить данные факторы и с их помощью структурировать работу.

Первая важная классификация, без которой невозможны маркетинговые исследования, анализ и какая-либо другая работа, определяет структуру маркетингового плана.

Структура маркетингового анализа:

1. Маркетинговый анализ рынка. По сути включает в себя весь спектр работ по сбору, анализу и обработке маркетинговой информации.
2. Маркетинговый анализ фирмы. Маркетинговый анализ компании включает в себя весь спектр процессов происходящих внутри компании. Будь то маркетинговый анализ турфирмы, банка или ресторана, его проведение требует большого профессионализма.
3. Маркетинговый анализ конкурентов. Данный анализ включает в себя большое количество пунктов для определения конкурентоспособности компании. Маркетинговый анализ конкурентоспособности – неотъемлемая часть любого маркетингового плана.
4. Маркетинговый анализ проекта. Более емкое понятие, представляющее собой анализ процессов по реализации отдельно взятого проекта.
5. Маркетинговый анализ товара. Задачи маркетингового анализа товара (маркетинговый анализ услуг) сводятся к определению конкурентоспособности данного товара на рынке [2].

Основной целью маркетингового анализа является выявление потенциальных рисков и возможностей, а так же прогнозирование возможных вариантов развития событий. На основе результатов маркетингового анализа составляется маркетинговая стратегия.

Анализ потребителя - анализ, направленный на изучение вкусов, дифференциацию структуры потребностей по группам потребителей, выявление неудовлетворительных потребностей, мотивов предпочтения потребителем тех или иных товаров.

Анализ потребителей дает понимание потребительских предпочтений имеющих и потенциальных потребителей, их требования и отношение к продукции компании. Анализ потребителей показывает удовлетворенность и лояльность действующих потребителей, а следовательно позволяет скорректировать маркетинговую стратегию Вашего предприятия: улучшить ценообразование, адаптировать под запросы потребителей. Ваши продукты и услуги, оптимизировать каналы продвижения и рекламную политику [1].

Можно выделить следующие основные направления комплексного маркетингового анализа потребителей:

- анализ потребностей потребителя (цель — выявление основных потребностей, которые потребитель стремятся удовлетворить, а также выявление потребностей, которые в настоящее время не удовлетворены);

- анализ ожиданий потребителя (изучение стандартов обслуживания, которых клиенты ожидают от приобретения услуги — например, относительно стоимости услуги);

- исследование восприятия клиента (изучение наиболее важных критериев качества услуги с точки зрения клиента — того, чего он ожидает и что надеется получить, приобретая услугу);

- контроль обслуживания (организации, предоставляющие услуги, измеряют технические аспекты обслуживания, например надежность и своевременность перевода денежных средств банком);

- анализ операционных методов и реакций клиента на предложение товаров и услуг — например, моделирование и прогнозирование спроса на товары и услуги;

- изучение ключевых клиентов (большинство организаций, предоставляющих услуги, рассматривают некоторых клиентов как наиболее важных по сравнению с другими, чаще всего из-за размера активов или приносимой прибыли, или постоянства потребления товаров или услуг компании);

- поддержание постоянных контактов с текущими и потенциальными клиентами путем создания панели потребителей;

- получение информации, касающейся ожиданий потребителей в отношении качества обслуживания;

- анализ жалоб потребителей.

На стадии потребления оценивается весь процесс предоставления услуги, что и определяет, сохранятся ли у потребителя мотивы и желание продолжать приобретать услугу. Предоставляя должный уровень обслуживания, удовлетворяя запросы и ожидания клиента относительно качества услуги, организация может сохранить существующих клиентов и привлечь новых, увеличивая свою рыночную долю [3].

Необходимо отметить, что потребители оценивают услуги, сравнивая свои ожидания с восприятием фактического процесса предоставления услуги.

В процессе оценки услуги выделяют пять этапов, оказывающих влияние на оценку качества предоставления услуги, которые можно определить как интервалы между ожидаемым и фактическим обслуживанием. Первый интервал - между ожиданиями клиента выгоды от приобретения услуги и восприятием данных ожиданий производителем услуг. Если поставщик услуги не понимает желаний и ожиданий клиента, маловероятно, что покупка состоится вообще.

Второй интервал - между правильным пониманием потребностей и ожиданий потребителя и критериями обслуживания, предоставляемого поставщиком услуг с целью оправдать надежды и ожидания клиента.

Третий интервал - между стандартами качества услуги и фактическим обслуживанием, то есть способностью поставщика услуг предоставить необходимый уровень обслуживания. Выполняя требования, предъявляемые к обслуживанию, поставщик услуг должен поддерживать процесс обслуживания соответствующими ресурсами и обеспечить обучение персонала.

Четвертый интервал - между обещанным и фактически представленным обслуживанием.

Эти этапы суммируются в пятом интервале, в котором происходит анализ ожиданий потребителя относительно услуги и восприятия предоставленного обслуживания.

Исходя из всего вышеизложенного, можно заключить, что в современной экономике основной составляющей успешности предпринимательства в сфере услуг является информированность потребителя [3].

Маркетинговые исследования служат инструментом, помогающим выявить и удовлетворить запросы и ожидания потребителя в стремлении поставщика услуг сделать из потенциального покупателя своего клиента.

Библиографический список

1. Азоев Г., Яхин В. Маркетинговые исследования для среднего бизнеса: состояние рынка и перспективы развития. Маркетинг и маркетинговые исследования в России, [Текст] / М.: 2013.-586с.

2. Багиев Г. Л., Аренков И. А. Основы современного маркетинга: Учебное пособие [Текст] / СПб УЭФ, 2014.-325с.

3. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: Теория, практика и методология. [Текст] / Финпресс, М.: 2009.-348с.

***Мухтяев К.С.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск***

СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА ПРОДУКЦИИ

С течением времени роль маркетинга непрерывно растёт, но с помощью только превосходного дизайна, эффективного производства и гармоничной цены, продуманной сбытовой сети, невозможно достигнуть целевого сегмента рынка, важно донести информацию до покупателя и побудить его к покупке. Именно поэтому стимулирование сбыта продукции важнейший элемент продвижения.

Стимулирование сбыта продукции - это совокупность приемов и методов, применяемых на протяжении всего жизненного цикла товара в отношении трех основных участников рынка (потребителя, торгового посредника, продавца), для краткосрочного увеличения объема продаж, а также для привлечения новых клиентов [5, с.15].

Целью стимулирования сбыта на потребительских рынках является воздействие на конечного потребителя. Стимулирование сбыта на промышленных рынках - это воздействие на торговые и посреднические организации, которые приобретают товар с целью дальнейшей перепродажи и продвижения [2, с.305].

Стимулирование потребителей заключается в том, что потребитель сам выбирает среди предложенных вариантов стимулирования и безразличен, от кого идет стимулирование - от производителя или от торговой сети. Операции по стимулированию завоевывают потребителя тогда, когда они дают незамедлительный (или с небольшой отсрочкой) выигрыш или экономию. Специалисты используют ценовое и неценовое стимулирование.

Ценовое стимулирование находит более широкое применение на практике, и выражается в следующих способах ценового стимулирования сбыта: прямое снижение цен, совмещенная продажа, зачет старого товара при покупке нового, купоны, возмещение денег с отсрочкой.

Прямое снижение цен товаров может производиться производителем (информация размещается на этикетке или на упаковке) или продавцом (объявление о снижении цены в торговом зале на ограниченное время).

Совмещенная продажа применяется к взаимодополняющим товарам, ни один из которых не является обязательным компонентом другого. При этом цена комплекта значительно ниже суммы цен товаров продаваемых отдельно. Что касается

производителя, то данный вид продажи позволяет совместить уже зарекомендовавшую себя продукцию с новинками и тем самым облегчить задачу выведения нового продукта на рынок. Он позволяет также объединить продукцию, сбыт которой затруднителен, с продукцией высокой оборачиваемости, что в итоге приводит к увеличению сбыта продукции предприятия.

Зачет старого товара при покупке нового используется в основном, при продаже дорогой техники и оборудования, которое не обладает высокой степенью ликвидности. Речь идет о снижении стоимости, которое сопровождается предоставлением услуги (избавлением потребителя от лишних вещей). Примером являются акции проводимые в компаниях «М.Видео» и «Эльдорадо».

Наиболее часто используемой формой ценового стимулирования, является распространение купонов с помощью почтовой рассылки, распространение через прессу, на упаковке и раздачи в магазине. Купонами называются сертификаты, дающие возможность сэкономить денежные средства при покупке определенных товаров. Как производители, так и торговая сеть используют данный вид стимулирования в следующих случаях:

- при выпуске нового товара на рынок, когда необходимо побудить покупателя опробовать его;

- в момент вторичного выпуска товара, продажи которого переживает застой и необходимо увеличить число его покупателей [1, с.115].

Возмещение денег с отсрочкой - это когда снижение цены происходит спустя определённое время, если покупатель предъявляет свой купон, дающий право на скидку по указанному адресу. В данном случае снижение стоимости происходит через некоторое время после совершения покупки. Cash-refund. Это наиболее широко применяемая форма снижения цен с отсрочкой получения скидки, когда возмещение в виде определенной суммы денег выплачивается при условии предъявления нескольких доказательств покупки. Применяется в основном для создания круга постоянных потребителей товара какой-либо марки [4, с.83].

Неценовое стимулирование потребителей - стимулирование натурой - можно охарактеризовать как предложение покупателю дополнительного количества товара с помощью распространение образцов, премий и активного предложения.

Распространение образцов - это предложение товара (пробников) покупателям бесплатно или на пробу. Образцы могут разносить поквартирно, рассылаться по почте, распространять в магазине, прилагаться к другому товару. Распространение образцов продукции является самым эффективным, однако и самым дорогим способом внедрения нового продукта на рынок [3, с.35].

Премии - товары, предлагаемые либо бесплатно, либо по сниженной цене в качестве мотивации для приобретения товара. Премия может находиться внутри упаковки, либо снаружи, а так же сама упаковка может служить премией.

Под активным предложением понимается стимулирование, которое требует активного участия потребителя. Сюда стоит отнести: конкурсы, которые требуют от потребителя внимательности, сообразительности или смекалки; игры и лотереи, в которых можно поучаствовать, не делая покупок, и которые полностью или частично основаны на случайности выигрыша.

Стимулирование собственного торгового персонала является важным элементом продвижения, если сотрудники предприятия не заинтересованы в продвижении товара, то торговая сеть не проявит к нему интереса и товар перестанет быть рентабельным. Для того чтобы замотивировать сбытовиков и заставить их проникнуться «духом» предприятия, руководство применяет различные приёмы: премии, предоставляет им финансовые льготы, устраивает конкурсы, организует поездки.

Премии к зарплате или при выполнении годовых показателей заключаются в поощрении продавца на протяжении всего года, премия делится на несколько частей, размеры которых исчисляются в зависимости от процента выполнения плана.

Какой бы ни выбирался способ стимулирования, фактически он представляет собой разновидность соперничества между сотрудниками.

Таким образом, хорошо продуманный процесс стимулирования потребителей позволяет не только увеличить объёмы продаж, но и завоевать новых клиентов. Грамотное стимулирование сотрудников, позволяет увеличить работоспособность и формирует внутреннюю среду фирмы. В условиях современной конкуренции ни одна компания не обходится без стимулирования сбыта.

Библиографический список

1. Котлер, Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер — М.: Издательство АСТ, 2009.— 115 с.
2. Маркетинг: общий курс: учеб. пособие / Под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. — 2-е изд., испр. — М.: Омега-Л, 2010. — 305 с.
3. Михалева, Е. П. Маркетинг. Конспект лекций/ Е. П. Михалева. — М.: Юрайт-Издат, 2010. — 35 с.
4. Рысев, Н.Ю. Активные продажи/Н.Ю. Рысев. — СПб.: Питер, 2009. — 83 с.
5. Сипун Н.С. Методы стимулирования сбыта / Н.С. Сипун // Менеджмент в России и за рубежом, 2012. - №3. — 15-22 с.

***Неряхина И.С.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПРИСОЕДИНЕНИЯ РОССИИ К ВТО

Россия шла к вступлению во Всемирную торговую организацию ни много ни мало 18 лет, она не могла принять всецело основные положения мировых экономических процессов, что было обусловлено рядом национальных особенностей. 22 августа 2012 года – Россия стала официальным 156-м членом ВТО. По сей день актуальным является ряд вопросов, один из которых каковы экономические последствия присоединения России к ВТО.

Всемирная торговая организация (ВТО) — международная организация, созданная 1 января 1995 года с целью либерализации международной торговли и регулирования торгово-политических отношений государств-членов. ВТО образована на основе Генерального соглашения по тарифам и торговле (ГАТТ), заключенного в 1947 году и на протяжении почти 50 лет фактически выполнявшего функции международной организации, но не являвшегося, тем не менее, международной организацией в юридическом смысле. [5]

Специалисты всемирного банка подсчитали, что результатом вступления России в ВТО в долгосрочной перспективе станет рост экономики на 11 % или на 215 млрд. долларов в денежном эквиваленте. Около 70 % этого роста будет обеспечено возрастанием конкурентоспособности и производительности отечественных компаний в связи с предложением на рынке товаров и услуг по более низким ценам вследствие снижения тарифов в среднем с 11,7 % до 7,8 %. Это так же послужит причиной того, что в российской казне недосчитаются 13,5 млрд. долларов. Как уже было сказано снижение пошлин послужит причиной падения цен на определенный круг товаров, что в свою очередь может отрицательно повлиять на прибыль компаний. Но с другой стороны, в связи с тем, что оклад работников будет повышаться, а цены – понижаться, то население сможет покупать больше товаров, а, следовательно, вырастет и спрос. Как сообщает Российская экономическая школа (РЭШ) спрос и оклад работников вырастет в среднем на

0,5 %. В связи с этим розничные сети, которые торгуют всеми видами товаров, будь то продовольственные или непродовольственные сети получают наибольшую выгоду от вступления РФ в организацию. Уже начиная с 2013 г. Позитивное воздействие в связи со снижением пошлин ощутят на себе ритейлеры, наибольшая доля продаж которых приходится на импортные товары: премиальные продовольственные сети, различные сети магазинов электроники, аптечные сети, и все торговые сети одежды [2]. Благодаря вступлению в ВТО данные торговые сети получают широкие возможности по работе с небольшими западными поставщиками. Предполагаемое возрастание импорта в сочетании с торможением инфляции благодаря активной конкуренции между отечественными и иностранными производителями могут стать ключевыми факторами в росте выручки ритейлеров. Снижение пошлин также в некоторой степени позволит им поддержать собственную рентабельность. [1]

Так же следует отметить, что благодаря вступлению России в организацию основными бенефициарами станут также черная и цветная металлургия. У работников данных видов отраслей ожидается наибольший рост заработной платы – 15 % [4]. Благодаря вступлению в ВТО станет возможным нивелировать воздействие двух самых больших сдерживающих факторов для экспортного потенциала российского металла: антидемпинговые пошлины и квоты со стороны ЕС и США по отношению к российской металлопродукции. Также вступление в организацию даст России возможность избавиться себя от 20 мер, которые ограничивают поставки нашей металлургической продукции в США, Европе, Мексике, Турции, Индонезии, Китае, Таиланде и на Украине. Из-за этих мер российская металлургическая промышленность каждый год недосчитывается около \$ 2 млрд. [3].

Библиографический список

1. Дунаева, А.И. Экономические последствия вступления России в ВТО [Текст]/ Дунаева А.И., Удачин Н.О.// Проблемы современной экономики. – 2014. - № 18. – С. 28.
2. Пономарев И. ВТО: риски и новые возможности // Вестник Российского союза строителей – 2012. – № 5. – С. 34-39.
3. Коммерсантъ.ru [Электронный ресурс] – «Металлургия». Приложение. – 2012, 20.09. – № 176 (4961). – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2024470/print> (Дата обращения 16.04.2016)
4. BBC Русская служба [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.bbc.co.uk/russian/business/2012/08/120821_russia_wto_accession.shtml (Дата обращения 16.04.2016)
5. Свободная энциклопедия Википедия, статья «Всемирная торговая организация» https://ru.wikipedia.org/wiki/Всемирная_торговая_организация (Дата обращения 16.04.2016)

***Никифорова Ю.Н.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА

Надежная финансовая система является стержнем в развитии и успешного функционирования рыночной экономики и необходимой предпосылкой роста и стабильности экономики в целом. Эта система является основой, мобилизующей и распределяющей сбережения общества и облегчающей его повседневные операции. Следовательно, хотя структурный переход от в основном централизованно планируемой и контролируемой экономики к экономике, функционирующей в соответствии с рыночными принципами, включает в себя многие элементы, самое важное - создать надежную финансовую систему. После того, как создана надежная финансовая система,

могут развиваться рынки денег и капитала, особенно первичный и вторичный рынки национальных государственных ценных бумаг.

В последние годы вопросами создания надежной финансовой системы и проведения государственной финансовой политики посвящается значительное количество публикаций. Однако, единства по теоретическим аспектам этого вопроса не достигнуто.

Среди основных проблем финансовой системы можно отметить, что после кризисное возобновление российской экономики в 2010 - 2015 гг. в том же качестве, что и в 2000-е гг., неизбежно воссоздаст сырьевую финансовую систему. Будет сформирована спекулятивная модель финансового рынка, основанная на «горячих деньгах» нерезидентов. Финансовая система России в 2010 - 2015 гг. неизбежно, в силу инерционности будет нести в себе многие докризисные черты.

Так же можно отметить среди проблем финансовой системы РФ предкризисную формулу государственного регулирования финансового сектора, характеризующуюся отсутствием идеологии ребалансирования экономики; мягкой денежной политикой; суженной практикой рефинансирования банков через Банк России; приверженностью к закреплённому курсу рубля; отсутствием активного противодействия государства немонетарной инфляции; ростом фискальной нагрузки.

Финансовая система состоит из объективно обусловленных сфер - государственных финансов и финансов частных - финансов предприятий и организаций и финансов домашних хозяйств - поскольку в любом обществе есть субъекты, обеспечивающие рынок товарами и услугами, и любому государству нужны финансовые ресурсы для осуществления своих функций.

Государственные финансы представляют собой ту часть финансовых отношений, в которых непосредственно участвуют властные органы любого уровня (органы государственной власти и органы местного самоуправления) и которые формируют финансовые ресурсы для выполнения своих функций - экономической, социальной, политической, для финансирования конституционных прав граждан и др.

Другая сфера финансовой системы представлена финансами предприятий, организаций, учреждений всех форм собственности. Каждая сфера финансовой системы в свою очередь также имеет структурные элементы и подразделяется на звенья. Каждому звену финансовой системы присущи специфические формы и методы образования и использования доходов. Система государственных (публичных) финансов представлена звеньями: бюджетная система и государственные финансовые резервы. Другой важной сферой финансовой системы выступают финансы предприятий и организаций.

Многие экономисты именно эту сферу называют исходной сферой финансовой системы, так как именно здесь происходит формирование первичных финансовых ресурсов, и начинаются процессы распределения и перераспределения стоимости. Продолжавшийся предыдущие 150 лет процесс выделения финансовой сферы в самостоятельную и самодостаточную область экономической деятельности, все больше отрывающуюся от реальной экономики, действующий подчас независимо от нее и лишь косвенно воздействующий на реальные экономические процессы, подошел к наивысшей точке. Объективно неизбежен процесс нового сближения денежно-финансовой сферы и реальной сферы экономики, тесного взаимопроникновения этих сфер, при этом государство будет активным участником этого процесса.

В развитых государствах с рыночной экономикой именно финансы домашних хозяйств - главный, ключевой финансовый ресурс, определяющий характер экономического развития в целом. Величина финансов домашних хозяйств и предпочтения населения в их использовании формируют облик и характер развития экономики любой страны с рыночной экономикой.

Все представленные сферы и звенья финансовой системы тесно взаимосвязаны. Финансы предприятий и финансы домашних хозяйств взаимодействуют с государственными (публичными) финансами при уплате налоговых и иных платежей в

бюджетную систему, при получении бюджетных средств и т.д. Внутри сферы финансов предприятий существуют взаимосвязи при осуществлении финансовых операций. Внутри сферы "государственные финансы" возникают различные межбюджетные отношения между уровнями бюджетной системы и видами бюджетов. Государственные финансы выполняют не просто функцию государственного обеспечения, но и реально являются производительным и эффективным элементом воспроизводственного процесса, активно участвуя в накоплении основных фондов для производства общественных благ в различной форме (защита населения, оборона, стабилизация финансов и др.), инновационного потенциала страны, интеллектуального ресурса и т.д.

Государственные финансы представляют собой систему перераспределительных денежных отношений, регламентированных государством, связанных с формированием и использованием централизованных (общественных) денежных фондов (доходов), необходимых государству для выполнения своих функций.

Специфика каждой сферы и звена финансовой системы определяет не только особенности в составе и структуре финансовых ресурсов, но и оказывает влияние на управление финансовыми отношениями в разных сферах и звеньях финансовой системы.

Финансы выступают одновременно и экономической, и исторической категорией, они возникают вместе с государством и изменяются вместе с ним. Сущность финансов, закономерности их эволюции, сфера действия и роль в процессе общественного воспроизводства определяются природой государства и его функциями.

Биографический список

1. Голод, И. «Новая финансовая система»: учебное пособие [Текст]/ Голод, И.: "Экономика" (2012)
2. Куликов Н.И., Тишина Л.С. «Финансово-кредитная система»: учебное пособие [Текст]/ Куликов Н.И., Тишина Л.С.: (ТГТУ; 2009, 80с.)
3. Гладковская Е.Н. «Финансы»: учебное пособие [Текст]/ Гладковская Е.Н.: (2012, 320с.)

***Овчинникова О. А.
Кострюкова Л. А.
г. Челябинск***

КРЕДИТНЫЙ РИСК И СПОСОБЫ ЕГО МИНИМИЗАЦИИ

Каждый предприниматель в процессе своей деятельности сталкивается с кредитными рисками. Риск – это оборотная сторона свободы предпринимательства. С развитием рыночных отношений в нашей стране усиливается конкуренция, расширяются возможности деятельности. Что бы преуспеть в своем деле, нужны оригинальные решения и действия. Нужен постоянный творческий поиск, нужна мобильность и готовность к внедрению всех возможных технических и технологических новшеств, а это неизбежно связано с риском. Для того чтобы реализовать свои замыслы, предприниматель берет кредит в банке.

Риск выражает вероятность наступления какого-либо неблагоприятного события или его последствий, приводящих к прямым потерям или косвенному ущербу. Правильная оценка и управление позволяют значительно минимизировать потери.

Высокая степень риска кредитования промышленных предприятий требует от коммерческого банка тщательно продуманной политики управления риском в рамках кредитной политики, которая включает стратегию, методы оценки, а также формы управления риском.

В современном банковском деле различают три вида кредитных рисков: потребительский (личный) риск, риск компании (корпоративный), суверенный (страновой) риск.

Типы кредитных рисков можно оценивать по их сложности и возможным убыткам. Для этого существует особая шкала показателей. Рассмотрим основные критерии, по которым определяется это финансовое значение [1].

Как было отмечено, риск, в том числе и кредитный, может быть измерен. Показателем кредитного риска может служить отношение объема просроченных банковских кредитов к общей сумме выданных кредитов.

Уровень кредитного риска рассмотрим на примере ОАО «Россельхозбанка» по месяцам 2015 года.

Таблица 1
«Уровень кредитного риска, при выдаче кредитов предприятиям и организациям»
[2]

Месяц	Кредиты предприятиям и организациям, тыс. руб.	Просроченная задолженность, тыс. руб.	Уровень риска.
Январь	1 022 308 381	93 345 812	0,09
Февраль	998 433 158	101 291 631	0,10
Март	995 937 990	108 693 065	0,11
Апрель	1 020 246 973	98 291 327	0,10
Май	1 016 511 737	116 284 294	0,11
Июнь	1 018 781 184	129 736 764	0,13
Июль	1 047 107 831	111 233 400	0,11
Август	1 034 164 485	131 958 503	0,13
Сентябрь	1 065 321 270	141 194 402	0,13
Октябрь	1 158 597 302	128 528 439	0,11
Ноябрь	1 172 034 569	138 799 712	0,12
Декабрь	1 163 702 099	144 089 361	0,12

Исходя из расчетов в таблице 1 можно сделать вывод, что доля просроченной задолженности, при выдаче кредитов предприятиям и организациям не столь велика, но обратить внимание на риск, стоит.

Для минимизации рисков, при кредитовании предприятий и организаций следует:

1. Установить лимит рыночных и кредитных рисков и контроль над их соблюдением.

2. Оказать особое внимание показателям оценке платежеспособности предприятия при выдаче кредита. Это снизит вероятность риска [3].

С развитием высоких технологий как в мире так и в России участились случаи хакерских нападений на кредитные организации, в последнее время хакерским атакам

подверглись многие кредитные организации нашей республики, как правило этот процесс начинается с заражения вирусом «Тгоуап», программы «банк клиент», затем, когда бывают получены пароли от программы, в банк направляется платежное поручение от клиента с требованием перевести деньги на указанный в документе счет, после проведенной операции деньги обналчиываются в банкоматах разных городов России. Это один из тех рисков к которому невозможно быть готовым, необходимо введение нового правила, устного подтверждения клиентом любой операции проводимой по его расчетному счету, т.е. операционист ответственный за расчетные счета юридических лиц, не должен иметь права без подтверждения платежа, проводить его. Тем самым появляются косвенные проблемы прямо влияющие на кредитные риски.

Библиографический список

1. Жариков В.В. Управление кредитными рисками: учебное пособие / В.В. Жариков, М.В. Жарикова, А.И. Евсейчев. - Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2011. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m622/> ;
2. Банки.ру: информационный портал. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.banki.ru/>.
3. Нормативы ликвидности. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: http://uchebnikionline.com/bankovskoe-delo/bankivskiy_naglyad_-_vasyurenko_ob/normativi_likvidnosti.htm

***Осокина М.В.
Гордеева Д.С.
г. Челябинск***

ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМЫ ОТБОРА КАДРОВ В СИСТЕМЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Новые условия системы здравоохранения возлагают другие требования к управлению персоналом, функции и обязанности, которые должны быть значительно расширены. В настоящее время ситуация здравоохранения состоит, что в большинстве медицинских учреждений в отделе кадров основных должностных обязанностей сотрудников по-прежнему аспекты делопроизводства и вопросы, связанные с кадровым учетом. Лучшие моменты контролируются и направлены на развитие персонала. Хотя эффективность реализации государственной кадровой политики в политике здравоохранения, в первую очередь определяется решением конкретных задач повышения уровня планирования, подготовки и использования человеческих ресурсов. Таким образом, проблема формирования эффективной системы управления персоналом в настоящее время одним из наиболее важных проблем современного менеджмента [4,с.108].

Важной задачей является наиболее эффективной организации деятельности медицинского персонала сервисных агентств. Модернизация и координация политики в области человеческих ресурсов предусматривает научное обоснование передовых и инновационных методов управления, программного обеспечения и целевой ориентации, и внедрение современных информационных технологий, способствующих эффективному использованию ресурсного потенциала системы здравоохранения:

1. Формирование стратегии развития человеческих ресурсов в качестве важного элемента всей отрасли деятельности, направленной на соблюдение согласованного объема подготовленных человеческих ресурсов с необходимостью иметь здоровье населения [4,с.8-11].
2. Оптимизация численности специалистов с высшим и средним медицинским образованием, достижение их структурных отношений пропорциональности. Достижение

сокращения дублирующих позиций медсестер и медицинского персонала первичной медико-санитарной помощи. Планирование средства модули персонала на среднесрочную перспективу (пять лет), в долгосрочной перспективе. Прогнозирование требованиям людских ресурсов для осуществления долгосрочной медицинской помощи, принимая во внимание масштаб различных вариантов (при сохранении требований на постоянном уровне, на уровне новых тенденций, чередование адаптивного и стабильного уровня). Эффективное размещение персонала в административно-территориальных городских и сельских поселений.

3. Построение адекватной системы финансирования отрасли здравоохранения и социального развития, направленной, в частности, по выявлению и распределения финансовых ресурсов для поддержания людских ресурсов, сохранения набора ресурсов (в том числе показатели заработной платы и денежных пособий на содержание медицинских работников различных категорий) [3,с.131-134].

4. Мониторинг и аналитическая оценка динамики статистики людских ресурсов ежеквартально (в том числе проходных кадров движения) с информационно-аналитическими системами. Выбор индикативных критериев для формирования электронной базы данных. Создание Национального регистра в специалистов и работников здравоохранения (единый федеральный банк) с регулярными обновлениями по данным определенных групп населения. Формирование медицинских специальностей сертификации электронной информационной базы данных.

5. Совершенствование классификации (номенклатура) медицинских специальностей с позиции - от специализации к интеграции, адаптации отечественной номенклатуры в целях подготовки международных показателей качества персонала, в соответствии со сложностью выполнения профессиональных обязанностей, специализация собственности медицинских учреждений и оборудования. Формирование единого справочника должностей работников здравоохранения России Федерации [5,с.329].

6. Постоянное улучшение качества подготовки кадров, от начального профессиональной ориентации и подготовки к средней школе этапе для повышения уровня знаний и практических навыков в области высшего образования. Повышение качества преподавательского состава и учебных баз данных, обновление учебных программ и обучения персонала программ в соответствии с приоритетами сектора здравоохранения и социального развития.

7. Нарастивание потенциала для внутри- отраслевого партнерства (между Министерством здравоохранения и социального развития Российской Федерации и сетью поставщиков медицинских услуг).

8. Поддержание социального престижа медицинских работников, оказывающих первичную помощь (дополнительное финансирование, предоставляемое приоритетного национального проекта).

9. Осуществление многостороннего договорного права, отношения (между заявителем, высшие медицинские учебные заведения, региональные органы здравоохранения). Техническое обслуживание на основе трудовых договоров, контрактов социальных гарантий и более квалифицированным для ухода (выделение льготных кредитов на покупку жилья и других льгот).

10. В целях усиления мотивации медицинского персонала для надлежащего выполнения профессиональной деятельности способствуют совершенствованию системы оплаты труда - введение дифференцированной, что позволяет варианты оплаты, ориентированных на применение новых и новейших медицинских технологий, объем выполненных работ, качество лечебно-диагностического процесса, достижение медицинской эффективности, социальной и экономической выгоды. Распределение очередности оплаты труда медицинских работников, работающих в сельской местности,

использование "над тарифом" своей доли (бонусы, надбавки, премии), применение принципа гонораром [3,с.23-77].

Изменения тарифов квалификационных характеристик на должности медицинских работников, связанных с реализацией национального проекта «Здоровье» и развивая их для новых профессий. Улучшение оценки медицинских работников при оказании платных услуг, обоснование соответствующих нормативных документов.

11. Повышение роли медицинского и среднего медицинского персонала в учреждениях и практических организациях здравоохранения, изменение отношения к ней менеджеров здравоохранения - поощрение коллективного управления интеллектуальной и специализации. Таким образом, человеческие ресурсы является основным, наиболее важным компонентом ресурсного обеспечения здоровья. Наличие сотрудников, их квалификации и распределения, условий деятельности, заработной платы, социальное обеспечение, материально-технической и технологической поддержки в процессе работы определить надлежащий уровень медицинской помощи населению и, в конечном счете, обеспечить эффективность и действенность медицинского учреждения в целом. [2,с.66].

Библиографический список

1. Алехина О. Стимулирование развития работников организации// Управление персоналом, 2012 – №1
2. Аплатов А. Право на справедливое вознаграждение за труд: совершенствование механизма реализации// Человек и труд. – 2013. – №2
3. Беляева, И.Ф. Материальное стимулирование в новом хозяйственном механизме // Социологический исследования. 2009. №3.
4. Вечканов, Г.С., Вечканова, Г.Р., Пуляев, В.Т. Краткая экономическая энциклопедия. СПб.: ТОО ТК "Петрополис", 2007.
5. Зуб А.Т. Антикризисное управление: учеб. пособие для студентов вузов/ А.Т. Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2011.

***Панов С.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА НА 2016 ГОД

На сегодняшний день, как известно, банки - основная составная часть кредитно-финансовой системы любой страны. От эффективности их функционирования зависит рост благосостояния страны. Кризисперекрыл мировой экономическоеполотно, изменил правила игры, кардинально ужесточил конкуренцию. Коснулись эти перемены, безусловно, и финансового сектора. Финансовый рынок сегодня активно эволюционирует. После кризиса банки столкнулись с целым спектром вызовов: небывалым усилением конкуренции, серьезным снижением прибыльности, изменением поведения потребителя, падением его доверия и лояльности. В связи с этим исследование перспектив развития банковского сектора РФ в 2015 году является актуальной задачей.

Никогда еще банковская система не существовала в условиях столь жесткой борьбы.

Кризисное положение дел в банковском секторе настало в связи с экономическими, политическими обстоятельствами. Выделим существенные причины банковского кризиса в 2014 году.

1. Потеря возможности зарубежного кредитования под низкий процент. Такие страны как Канада, США, страны Евросоюза, Норвегия и австралия объявили санкции, направленные на замедление российской экономики. А в связи с тем, что кредиты

Центрального банка доступны «большим игрокам» рынка создает на рынки кредитных инструментов «кредитный голод»

2. Массовый отзыв лицензий коммерческих банков в течении 2014 и по сегодняшний день (10 апреля 2016) привело к частному снятию денег со счетов банков и рассматриванию других способов сохр. Денежных средств.

3. В 2014 году произошло серьёзное макроэкономическое потрясение — падение российского рубля.

4. Стагнация в реальном секторе российской экономики, а также старая экономическая политика ,привела к сокращению реальных инвестиций иностранных инвесторов в российскую экономику.

Специфика российского рынка состоит в том, что здесь активизировались государственные банки, которые в кризис оказались в более выигрышной ситуации, чем частные — у них был доступ к дешевым и «длинным» государственным деньгам, а существенная часть их клиентов — крупные компании (которых тоже нередко поддерживало государство). В какой-то момент госбанки начали стремительно работать над своими несамыми сильными сторонами: запускать программы повышения эффективности, активно инвестировать в инфраструктуру и передовые технологии и т.д. В России именно ужесточение конкуренции между государственными и частными банками может стать одним из определяющих трендов в последующие несколько лет.

Снижение процентной маржи и ухудшение качества кредитных портфелей – ключевые риски банковского сектора в 2015 году. Повышение ключевой ставки вынудило банки в короткиесроки увеличить ставки по привлекаемым средствам с целью остановить «бегство» населения и компаний в валюту.

В будущем мы будем наблюдать два сценария развития событий «базовый» и «негативный». Реализация сценариев приведёт к усилению консолидации активов на банках с госучастием и крупных частных банках по итогам 2016 года. Рост доли таких банков мы ожидаем в сегментах кредитования крупного бизнеса, МСБ и ипотечного кредитования. Одна из причин – докапитализация крупных банков в рамках госпрограммы. Вторая – активизация крупных частных банков на рынке M&A, в том числе за счет участия в механизме санации, который, по нашим оценкам, будет достаточно широко применяться Банком России и в 2016 году. Более того, сегодня часть крупных частных банков получают доступ к бизнесу, который госбанки не могут вести из-за западных санкций. Наконец, мы ожидаем дальнейшее сокращение числа действующих кредитных организаций вследствие острой потребности многих банков в дополнительном капитале и снижения интересов собственников в поддержание своих банков на фоне снижающейся рентабельности. В ряде случаев это ведет к поиску инвестора, уже располагающего активами в банковском бизнесе. При нежелании собственников продавать банк по текущей рыночной цене, упавшей существенно ниже уровня прошлых лет, зачастую увеличивается вовлеченность банка в сомнительные операции и осуществляется вывод активов. Во многом именно это предопределило рост числа отзывов лицензий и санаций банков в 2015 году. Стимулируют консолидацию банковской системы и новые правила определения системной значимости банков. Так активность Промсвязьбанка на рынке слияний и поглощений заметно возросла после публикации списка 10 системно значимых банков (в состав которых он вошел).

Библиографический список

1. Чеховская, И.А. Банковское кредитование инвестиционной деятельности в России: тенденции и перспективы / И.А. Чеховская, А.С. Федорова // Известия ВолгГТУ. Серия "Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива)". Вып. 18 : межвуз. сб. науч. ст. / ВолгГТУ. - Волгоград, 2014. - № 4 (131). - С. 152-157.

2. Чеховская, И.А. Особенности банковского кредитования инвестиционной деятельности в России / И.А. Чеховская, А.С. Федорова // Экономика и предпринимательство. - 2014. - № 5, ч. 1. - С. 544-547.

3. Банковское дело. Учебник для вузов / Под ред. Семибратова О.И., М.: Изд-во "Академия", 2008.

4. Жуков Е.Ф. Деньги, кредит, банки: учебник для вузов / Е.Ф. Жуков. - М.: ЮНИТИ. 2012.

5. www.cbr.ru — официальный сайт Центрального банка РФ.

6. www.gov.ru — сервер органов государственной власти РФ.

*Пахтусов В.А.
г. Челябинск*

РОССИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА

В последние десятилетия все более важным фактором, влияющим на экономическую безопасность различных государств и, прежде всего России, становится глобализация мировой экономики. Она ставит новые вызовы национальным интересам в финансовой сфере, оказывает значительное воздействие на устойчивость функционирования финансовой системы страны.

Россия, как только встала на путь политической и экономической трансформации, она оказалась в эпицентре противоречия глобализации.

Глобализация это процесс объединения или сближения экономических, социальных и культурных норм и принципов в странах, где прежде экономика и общество имели ярко выраженные национальные черты; это неизбежное явление в истории человечества, заключающееся в том, что мир в результате обмена товарами и продуктами, информацией, знаниями и культурными ценностями становится более взаимосвязанным [4].

К происходящим в мире изменениям, характеризующим основное содержание и особенности глобализации, согласно профессору Седову В.В. можно отнести: интернационализацию производственных сил, характеризующиеся усилением взаимодействия структур мирового хозяйства; расширение международного взаимодействия в сфере услуг и обмена научно-техническими знаниями; динамичный рост международного товарооборота, в котором увеличивается доля конечных товаров и комплектующих изделий; усиление международной конкуренции, связанной главным образом с политикой ТНК; формированием единого общемирового финансово-информационного пространства на базе новых, преимущественно, интернет-технологий, а также, формированием международной экономической инфраструктуры и соответствующей институциональной среды [2].

Анисимов А.А. отмечает, что процесс глобализации привнес с собой в общественную жизнь ряд новых моментов: происходит прогрессирующий рост мирового финансового рынка, существенно возрастает мобильность факторов производства. В результате финансовая сфера приобретает более значимую, чем ранее, роль в экономическом развитии, что представляет собой потенциальную опасность для макроэкономической стабильности и устойчивости национальных финансовых систем.

Растущая взаимосвязь и взаимозависимость национальных финансовых рынков, появление новых финансовых инструментов увеличивают скорость движения финансовых потоков между странами. Значительно возрастают объемы перемещаемых финансовых ресурсов в результате деятельности транснациональных корпораций и банков, крупных инвестиционных фондов, чьи действия зачастую не подконтрольны национальным правительствам [1].

По мере растущей интеграции России в мировое хозяйство, с позиции А.А. Анисимова, глобализация начинает оказывать существенное влияние на отечественную экономику и финансовую систему. Это влияние происходит за счёт следующих обстоятельств: усиления проникновения зарубежных банков в Россию; роста присутствия ТНК в российской экономике; увеличения притока иностранных инвестиций; расширения доступа российских предприятий к мировому финансовому рынку; усиления топливно-сырьевой ориентации отечественной экономики; появления новых возможностей для уклонения от налогообложения путём использования оффшорных юрисдикций. Все эти обстоятельства заключают в себе потенциальные опасности для устойчивого функционирования финансовой системы России [1].

Разрушение многих технологических и экономических связей на постсоветском и постсоциалистическом пространстве, инвестиционный кризис, снижение доли России в мировом производстве и мировой торговле, размытость государственного суверенитета и низкий уровень реальной независимости из-за подорванного экономического и военного потенциалов страны и, вследствие этого, полная открытость страны для потоков информации, свободного перемещения людей и капитала, иностранных инвестиций и товаров – все это, неотъемлемые признаки российской действительности начала XXI века, во многом определяющие место России в разворачивающихся глобализационных процессах и перспективы ее развития [2].

Проведенный анализ влияния процесса глобализации на устойчивость функционирования финансового рынка и финансовой системы России показывает, что глобализация оказывает двойственное влияние на их устойчивость: с одной стороны, она усиливает риски дестабилизации финансового рынка и финансовой системы России, с другой – заключает в себе ряд резервовповышения эффективности их функционирования (расширение доступа к финансовым ресурсам и удешевление этих ресурсов, появление новых финансовых инструментов, позволяющих снижать риски валютных, кредитных и фондовых операций).

Библиографический список

1. Анисимов, А.А. Обеспечение финансовой безопасности России в условиях глобализации мирового хозяйства :дис... канд. эк. наук/Анисимов А.А.– Москва, 2007. – 196 с.
2. Седов, В. В. Политэкономика мирового хозяйства и экономика России / [Текст] / В.В. Седов –Челябинск-Миасс, Челяб. гос. Ун-т, Геотур, 2007.
3. Харин, А., Инновационная экономика в России. Реалии и перспективы/Харин, А., Майборода В. П. // Электронный ресурс – <http://aeer.cctpu.edu.ru/winn/dbreg/articles/74.doc>
4. Экономический словарь // Электронный ресурс – Режим доступа: http://abc.informbureau.com/html/yeiiiixaneass_aaciiianiinou.html.

***Пономарева Т.С.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

ВИДЫ СТРАХОВАНИЯ В РФ

Страхование в РФ за последние годы получило существенное развитие - созданы условия для развития системы страховой защиты имущественных интересов населения, предприятий и государства.

Вместе с тем страхование, прошедшее процесс перехода от государственной страховой монополии к возрождению страхового рынка, отстает от потребностей экономики.

Страхование представляет собой особую сферу перераспределительных отношений по поводу формирования и использования целевых фондов денежных средств для защиты имущественных интересов физических и юридических лиц и возмещения им материального ущерба при наступлении неблагоприятных явлений и событий[2, с. 57].

Страхование как экономическую категорию, характеризуют следующие признаки:

1. наличие распределительных отношений;
2. наличие страхового риска;
3. солидарная ответственность всех страхователей за ущерб;
4. возвратность страховых платежей.

Функции страхования и его содержание как экономической категории органически связаны.

Среди функций страхования можно выделить следующие:

- формирование специализированного страхового фонда;
- возмещение ущерба и личное материальное обеспечение граждан;
- предупреждение страхового случая и минимизация ущерба.

По форме проведения страхования может быть обязательным и добровольным.

Обязательное страхование осуществляется в силу закона, с позиций общественной целесообразности. При его проведении действует неограниченная во времени страховая ответственность по установленным законодательством объектам страхования и кругу страхователей, она наступает автоматически.

Добровольное страхование проводится в силу закона и на добровольной основе. Законом определяются наиболее общие условия страхования, а конкретные условия его проведения регулируются правилами, установленными страховщиком в договоре страхования. Эта форма страхования не носит принудительного характера и предоставляет возможность свободного выбора услуг на страховом рынке[1, с. 183].

По направлениям (отраслям) страхования делится на имущественное, личное и страхование ответственности.

Имущественное страхование защищает интересы страхователя, связанные с владением, пользованием, распоряжением имуществом и товарно-материальными ценностями. К имущественному страхованию как отрасли относятся и страхование предпринимательских рисков. В этом виде страхования выделяют страхование от коммерческих, технических, правовых, политических рисков и рисков в финансово-кредитной сфере.

Личное страхование выступает формой социальной защиты и укрепления материального благосостояния населения. Его объекты - жизнь, здоровье, трудоспособность граждан.

Страхование ответственности в отличие от имущественного и личного защищает интересы как самого страхователя, поскольку ущерб за него возмещает страховая организация, так и других (третьих) лиц, которым гарантируются выплаты за ущерб, причиненный вследствие действия или бездействия страхователя независимо от его имущественного положения. Тем самым страхование ответственности обеспечивает защиту экономических интересов возможных виновников вреда и лиц, которым в конкретном страховом случае причинен ущерб.

В 1-м квартале 2014 г. темпы прироста страхового рынка РФ составили 2,1%.

В 2014 г. страховщиками было заключено 157,9 млн. договоров, что на 13,5% больше, чем в 2013 г. При этом количество договоров по добровольному страхованию увеличилось на 19,7%, по обязательному страхованию - уменьшилось на 0,2%.

Сумма страховых премий (взносов) страховщиков в 2014 г. возросла по сравнению с 2013 г. на 9,1% и составила 983,4 млрд. рублей.

Объем страховых выплат страховщиков по всем видам страхования в 2014 г. по сравнению с 2013 г. возрос на 12,8% и составил 473,5 млрд. рублей.

Коэффициент выплат (отношение страховых выплат к страховым премиям (взносам)) в 2014г. в целом по всем видам страхования сложился на уровне 48,1%, в том числе по добровольному страхованию – 45,1%, по обязательному - 61,7% [3].

Таким образом, страхование является одной из важных сфер финансовой системы РФ. В настоящее время страхование находится на этапе развития. Наиболее актуальным в РФ является страхование автоответственности (51% от числа застрахованных), добровольное медицинское страхование (35% от числа застрахованных) и пенсионное страхование (23% от числа застрахованных).

Библиографический список

1. Архипов, А.П. Основы страховой деятельности // — М.: БЕК, 2011. — 768 с.
2. Логвинова, И.Л. Взаимное страхование в России: особенности эволюции // — М.: Финансы и статистика, 2012. — 361 с.
3. Финансы: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]— Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/finance/

***Полякова А.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Современные экономические условия хозяйствования требуют от менеджмента предприятия обоснованного выбора методов и приемов управления движением денежных потоков. Недостаток денежных средств для пополнения оборотных активов становится препятствием для расширения производства и, в свою очередь, снижает финансовую активность и платежеспособность. Поэтому перед руководством любого предприятия, возникает вопрос оптимизации движения денежных потоков. Такие требования обусловлены макро-и микро- факторами, к которым относятся:

- усиление конкуренции, которая повышается при увеличении количества стран-участниц ВТО;
- изменения в налоговой и бюджетной политике;
- инфляционные процессы;
- изменения в производстве (в том числе факторов, которые существенно влияют на производство);

Процесс управления предприятием имеет ряд составляющих, среди которых можно выделить регулирование.

Процесс регулирования ученые рассматривают в двух направлениях: государственное регулирование; регулирования на уровне компании.

К основным инструментам государственного регулирования движения денежных потоков предприятия относят: законодательные акты, государственные инвестиции, субсидии, трансферты, санкции, учетные ставки, налоги и сборы, таможенные тарифы. [1].

На предприятии методы регулирования, как правило, касаются использования различного вида политики: учетной, амортизационной, управленческой и др. [2]. В научной литературе, периодических изданиях ученые пришли к выводу, что именно государственное регулирование сдерживает развитие предпринимательской деятельности и снять определенные ограничения (например, снизить налоговую нагрузку), то субъекты предпринимательства получают дополнительные финансовые ресурсы, повысят свою рентабельность, что, в конечном итоге, положительно скажется на всей их деятельности, а также на росте ВВП.

С целью подтверждения данного тезиса был проведен анализ финансового состояния и, в частности, движения денежных потоков на примере ряда предприятий винодельческой отрасли (данные табл. 1).

Так, при недостаточности оборотных средств (размер нехватки почти одинаковый) предприятие 1 имело сначала незначительную прибыль, а затем убыток. Предприятие 2 имеет прибыль за весь анализируемый период. При этом рост объема производства большими темпами происходит именно на предприятии 2. Темп роста налога на прибыль к уплате: по предприятию 1 составляет 1,38, по предприятию 2 – 1,1. Таким образом, однозначного существенного влияния на финансовое состояние предприятий налоговая политики государства не оказывает.

Таблица 1 Финансовые показатели деятельности предприятий, тыс. руб. [3]

Название показателей	Предприятие 1		Предприятие 2	
	2011	2015	2011	2015
Текущие финансовые потребности	+37388	+80651	+31196	+87292
	95582101134		149804 288717	
Чистый доход от реализации	6172	-18991	16219	23688
прибыль	397	546	4903	5346
Налог на прибыль				

Анализ примечаний к финансовой отчетности предприятий позволил выявить те существенные различия, которые могут иметь влияние на финансовое состояние, а именно: на предприятии 2 внедрена система управления рисками (основные риски связаны с финансовыми инструментами предприятия: кредитный риск; риск ликвидности; риск изменения процентной ставки; валютный риск). Предприятие 2 активно работает с дебиторами, переводя просроченную дебиторскую задолженность в резерв сомнительных долгов. Дебиторская задолженность оценивается по амортизированной стоимости с использованием метода эффективной процентной ставки за вычетом обесценивания. Именно такая система дает предприятию 2 преимущества в деятельности.

Подтверждением вышеприведенного может служить анализ финансовой устойчивости предприятий (табл. 2). Для определения перспектив развития предприятий сквозь призму движения денежных потоков был рассчитан коэффициент маневренности собственных оборотных средств и способность пополнять их. Анализ показывает, что у предприятий уровень маневренности имеет тенденцию к снижению.

Таблица 2 Коэффициенты, характеризующие финансовую устойчивость предприятий

Название показателей	Предприятие 1		Предприятие 2	
	2011	2015	2011	2015
К ликвидности	0,8	11,4	2,1	2,2
	0,01	0,7	0,4	0,1
К платёжеспособности	0,01	0,7	0,4	0,1
К манёвренности оборотных средств	4,6	1,2	2,3	3,1
К оборачиваемости капитала				

Так, если в 2011 г. он составлял 0,01 и 0,4 на предприятии 1 и 2 соответственно, то уже в 2015 г. – 0,07 и 0,1 соответственно. Таким образом, появляется вероятность потери платежеспособности и финансовой устойчивости предприятиями.

Сравнение данных по Ф3 «Чистое движении средств от операционной деятельности» также подтверждает полученные результаты: в 2011 г. у предприятий этот показатель составляет – 42862 тыс. руб. и +16489 тыс. руб. соответственно; в 2015 г. – 32789 тыс. руб. и +11352 тыс. руб. [3].

Данные анализа позволяют выдвинуть гипотезу о том, что только активное управление денежным потоком на уровне предприятия за счет привлечения внешних источников финансирования позволяет обеспечить его финансовую устойчивость. Государственное регулирование незначительно влияет на финансовое состояние предприятий.

Библиографический список

1. Кузнецова И.Д. Управление денежными потоками предприятия. Учебное пособие. Иваново, 2008. 192 с.
2. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. М.: Финансы и статистика, 2006. 432 с.
3. Агентство по развитию инфраструктуры фондового рынка Украины [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.smida.gov.ua>.

***Плюснина А. А.
Тюнин А.И.
г. Челябинск***

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ УЧРЕЖДЕНИЙ ОБРАЗОВАНИЯ

Проблема обеспечения стабильного и обоснованного финансирования учебных заведений является одной из самых острых в образовании в настоящее время.

Учреждение – организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера и финансируемая им полностью или частично. Учреждение считается образовательным при условии осуществления им образовательного процесса, т.е. реализации одной или нескольких образовательных программ и (или) обеспечения содержания и воспитания обучающихся [1].

Финансовый механизм образования – совокупность источников, условий, форм и методов создания, распределения и использования финансовых средств в целях обеспечения благоприятного положения и развития системы образования [2].

Как подчеркивается в действующих законодательных актах об образовании, основой государственных гарантий получения полного общего и профессионального образования гражданами России в пределах государственных образовательных стандартов выступает государственное, региональное и муниципальное финансирование образования. В соответствии с Законом РФ «Об образовании» от 1 сентября 2013 года №273-ФЗ, нормативные затраты на оказание государственных или муниципальных услуг в сфере образования включают в себя затраты на оплату труда педагогических работников с учетом обеспечения уровня средней заработной платы педагогических работников за выполняемую ими учебную (преподавательскую) работу и другую работу, определяемого в соответствии с решениями Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления [3].

Однако в течение последнего десятилетия на нужды образования выделялось не более половины исчисленной по нормативам суммы. Особое беспокойство вызывает сокращение доли, выделяемой на образование в России от общих государственных расходов.

Таблица 1

Динамика бюджетных расходов на образование за 2003-2013 гг.

Показатель	Годы										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Расходы федерального бюджета на образование, млрд р.	97,6	117,8	155,34	206	294,61	355	418	442,8	553,4	603,8	605,6
То же, в % к ВВП	4,2	4,4	5,1	3,5	3,6	3,8	4,6	4,2	4,1	4,2	4,4
То же, в % от расходов федерального бюджета	9,1	9,6	9,5	9,8	10,3	9,7	9,3	9,4	10,1	10,3	9,9

Для сферы образования характерен своеобразный финансовый механизм – совокупность источников, условий, форм и методов пополнения, распределения и использования финансовых средств органами управления образовательными учреждениями для обеспечения благоприятного положения и развития системы образования. Специфика этого механизма связана с особенностями формирования и использования фондов денежных средств в образовательной сфере, в каждом ее звене и в различных учебных заведениях.

Поступления бюджетных средств на образование в нашей стране никогда не значились первоочередными и формировались по остаточному принципу (табл. 1).

Финансирование образования обычно осуществлялось из двух источников: из государственного бюджета и средств предприятия и других организаций. В последние годы заметное место стал занимать третий источник – собственные денежные средства, получаемые учебными заведениями от разного рода платной образовательной и предпринимательской деятельности.

Субъекты федерации, кроме начального профессионального образования, финансируют региональные средние профессиональные учебные заведения и интернатные учебные заведения. Из местных бюджетов выделяются средства для содержания муниципальных дошкольных образовательных учреждений, общеобразовательных школ и внешкольного дополнительного образования.

В тех случаях, когда финансирование учреждений или мероприятий осуществляется из бюджетов разных уровней, используется многоуровневое финансирование.

Современный финансовый механизм образования характеризуется сочетанием бюджетного финансирования с развитием платных образовательных услуг и другими источниками самофинансирования. При этом упор делается на их рациональное сочетание. В этом случае принято говорить о начальном финансировании (Рис. 2).

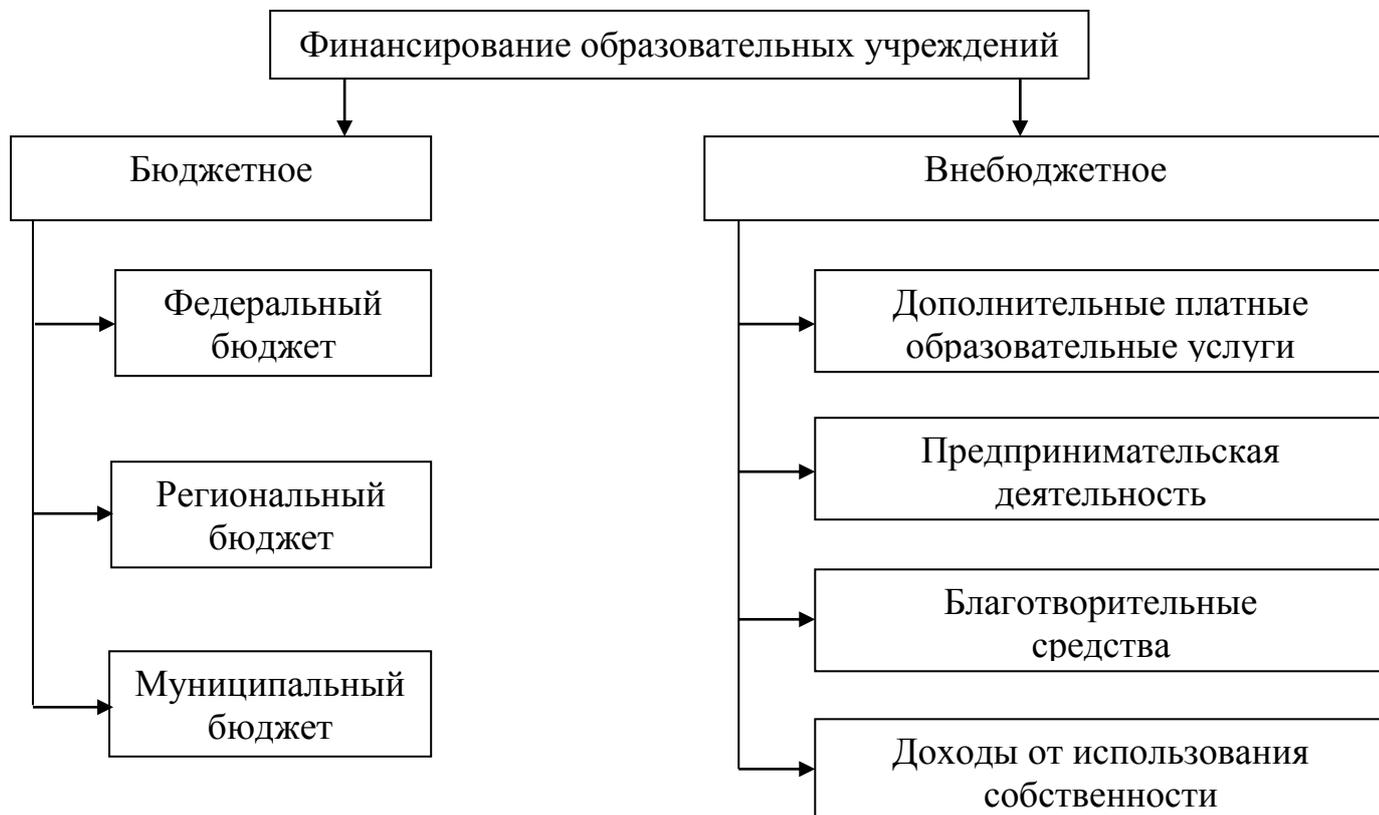


Рис. 2. Структура источников финансирования образовательных учреждений

Библиографический список

1. Воронин А.С. Словарь терминов по общей и социальной педагогике. / А.С. Воронин. – М.: 2006.
2. Зиновьева Т.В. Основные социологические термины. Учебное пособие. / Т.В. Зиновьева. – ЮУрГУ, 2006.
3. Закон РФ «Об образовании» от 1 сентября 2013 г. (в ред. ФЗ - №273 от 01.09.13).
4. Багаутдинова Н.Г. Высшая школа сегодня и завтра: пути преодоления кризиса / Н.Г. Багаутдинова. – М.: 2003.
5. Балыхин Г.А. Управление развитием образования / Г.А. Балыхин. – М., 2003.
6. Вифлеемский А. Экономика образования. В 2 кн. / А.Вифлеемский. – М.: 2003.

*Попова А.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск*

БАНКОВСКИЕ ПЛАСТИКОВЫЕ КАРТЫ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

На сегодняшний день информационные технологии играют важную роль в нашей жизни. Каждый день разрабатываются и совершенствуются различные подходы и методы. Например, использование банковских карт стало привычной функцией человека. Оплата за покупки или предоставляемые услуги, получение своей заработной платы, покупки через Интернет – магазин, все это происходит при помощи банковских карт. Но, помимо удобств в использовании, банковские карты приносят в нашу жизнь определенные сложности

Банковской картой считается пластиковая карта, которая привязана к одному или нескольким расчётным счетам в одном из банков. Чаще всего, после выпуска такой карты банк создаёт специальный отдельный расчётный счет для физического лица.

Любая платежная система, в которой используются магнитные карты основывается, прежде всего, на организации бесперебойных и надежных безналичных расчетов между ее участниками.

Можно выделить следующие преимущества использования банковской карты:

- ✓ Удобно и надежно. Банковская карта – маленького размера, на которой может находиться любая сумма денег;
- ✓ возможность начисления процентов на карточном счете;
- ✓ использования карточки как для крупных, так и для мелких покупок, сохраняется конфиденциальность информации о состоянии финансовых дел клиента; возможно осуществление денежных переводов и специальных платежей с помощью карты.

Пластиковые карты в России уже давно не предмет роскоши. На данный момент клиентов банков все больше интересует то, что прилагается к карте [1,С.2].

Так, например, в настоящее время большинство банков страны предоставляют новую услугу "Мобильный банк", теперь с помощью SMS-сообщений банк может в режиме "online" предоставить владельцам мобильных телефонов информацию обо всех операциях по их банковским картам платежных систем. Сбербанк выпускает международные карты VisaClassic "Золотая маска" с логотипом одноименной автономной некоммерческой организации, держатели которых получают скидки при приобретении билетов в лучшие театры страны, участвуют в различных программах поощрения [2]. Для держателей карт Visa производится оформление дисконтных карт IAPA и Countdown, скидки при аренде автомобилей. Можно так же отметить выпуск международных карт "Visa Аэрофлот" с логотипом ОАО "Аэрофлот-российские авиалинии", для их держателей предусматривается система начисления очков, которые будут конвертироваться в скидки при покупке билетов. Сегодня держатели международных банковских карт Eurocard /MasterCardStandart, Eurocard/MasterCardGold имеют возможность осуществлять безналичные платежи через сеть Интернет с помощью сервисной карты. Некоторые банки вводят новую услугу для своих клиентов - оформление для своих детей пластиковой карточки VisaInternationalи MasterCardInternational.

Несмотря на все эти плюсы, у пластиковых карт есть и минусы. С одной стороны, к недостаткам расчетов по карточкам можно отнести плату за получение карты, за годовое обслуживание и другое. С другой стороны, с появлением в расчетах пластиковых карт появились и высококвалифицированные злоумышленники, которые способны изымать деньги из банкоматов по фальшивым пластиковым карточкам, так как карточки с магнитной полосой достаточно легко подделать, а PIN-код можно выяснить различными способами. Преступления, связанные с применением пластиковых карт приобрели такие масштабы, что серьезно поколебало интерес потребителей к электронным деньгам.

Окончательное решение в борьбе с данными видами преступлений было избрано в пользу микропроцессорных ЧИП-карт, несмотря на более высокую стоимость как самих карт, так и оборудования для организации.

Стоит отметить, что уровень мошенничества в России довольно высокий, и при всем этом отечественные банки считают массовый переход на смарт-технологии в карточном бизнесе делом завтрашнего дня.

На сегодняшний день, основным средством защиты от несанкционированного снятия денег со счета является пин-код. Этот способ достаточно эффективен, но абсолютной защиты он не гарантирует. В настоящее время разрабатываются биометрические средства идентификации, которые обеспечивают несколько более высокий уровень безопасности. Идет работа над новой системой биометрической защиты банкоматов, определение личности производится по динамике и силе нажатия клавиш банкомата. У каждого человека своя манера набирать код, и обнаружить, что деньги пытается снять не владелец карты, становится просто.

Таким образом, преимущества использования банковских карт перед наличными деньгами несомненно существует, но присутствуют и свои минусы, которые в скором времени, возможно, будут исчерпаны.

Библиографический список

1. Брюков, В.О. Банковское обозрение [Текст] / В.О. Брюков // №11. - 2014.
2. www.sbrf.ru - официальный сайт Сбербанка России

***Прессель А.Г.
Евлова Е.В.
г. Челябинск***

ЗАТРАТЫ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА НА ЮЖНОМ УРАЛЕ

XXI век – эра компьютеров, смартфонов и социальных сетей. Отдых для современного человека – это, в основном, море, солнце, пляж... Количество молодых людей, знающих свой родной край, Южный Урал, ничтожно мало. По сравнению с другими странами туризму, как отрасли экономики уделяют очень мало внимания. В представлении большинства населения Урал – суровый край гор и заводов. Между тем, на этой обширной территории от Красного моря до Казахстана собрана мозаика едва ли не всех возможных природных и рукотворных чудес, благодаря которым можно привлечь огромное количество туристов и развить плодотворную индустрию. Именно эта тема является актуальной для рассуждения, особенно для людей, которые стремятся прославить и привлечь внимание соотечественников и иностранных гостей к разнообразным местам Южного Урала. Но в данной статье речь пойдет о затратах на реализацию данной идеи и прибыли от неё.

Для начала рассмотрим, как же влияет туризм на экономику города, края, региона и т.д.

1. Туризм является важным источником доходов в бюджет любого города, региона, края и т.д.

2. Туризм помогает обеспечить огромное количество людей. Так как индустрия туризма имеет различные направленности. В этой отрасли труд в основном не механизирован, именно поэтому он нуждается в человеческих ресурсах.

3. Плюсом является влияние на социальную жизнь местного населения. Низкий уровень жизни слаборазвитых районов меняется с помощью привлечения туристов. В такой район начинает поступать приток денежных средств, увеличивается процент занятого населения, начинает развиваться инфраструктура туризма, сервисные службы: дороги, бытовые услуги, кафе, рестораны, парки развлечений. Повышается уровень жизни окружающего населения.

4. Когда успешно развивается рынок туристских услуг, то значительные средства можно вкладывать в работу по охране исторического наследия и в помощь по сохранению и реставрации исторических памятников, архитектурных сооружений, улучшению экологии.

5. Туризм положительно влияет на экономику места, где он развивается. Это связано с тем, что расходы туристов являются вкладами в экономику принимающей их территории.

Доходы от туризма образуются в результате туристских расходов, производимых в ходе его путешествия.

Туристские расходы включают оплату:

1. поездок (поезда, самолеты, автобусы и т.д.);
2. услуг на отдых и туры;
3. проживание;

4. питания;
5. транспорта;
6. культурных, спортивных и других видов деятельности;
7. потребительских товаров, являющихся неотъемлемым элементом
8. путешествий;
9. сувенирной продукции;
1. медицинского обслуживания и многое др.

Данные расходы оказывают влияние на развитие экономики, то есть экономическая деятельность туризма вносит вклад в создание всеобщего дохода.

От туризма зависят многие местные предприятия:

1. Культурно-развлекательные (предприятия, которые организуют экскурсии, тренинги, концерты и т.д.)
2. Транспортные компании (предприятия организующие местные перевозки, такие как, местные автобусы, прокат машин и т.д.)
3. Предприятия и частные лица производящие сувенирную продукцию.
4. Местные пункты общепита, и многие другие.

Экономика пополняется за счет налогов, которые уплачивают предприятия. Данные пополнения являются очень значимыми для общей экономики.

Примерами того, что туризм производит положительное влияние на местность в которой развивается, являются такие страны как Египет, Турция, Италия, Израиль и многие другие. Глядя на них, можно смело думать, что туризм не пустая трата денег, сил и времени.

Рассуждая над прибылью, которую можно получить при развитии туризма, возникает вопрос: «А сколько же нужно потратить на это?»

Урал – это огромная территория, где есть почти все. Водопады и падающая башня, горячие источники, наскальная живопись и космодромы пришельцев.

Не тронутая природа является огромным ресурсом, который стоит только облагородить и наладить для отдыха и туризма.

На Южном Урале имеется множество озёр. Многие озёра обладают ценнейшими бальнеологическими свойствами. В сочетании с благоприятными климатическими условиями и живописной природой Южный Урал имеет исключительно большие возможности для организации санаторно-курортного лечения и расширения баз отдыха. Построить комфортабельные домики, наладить транспорт, создать рекламу и любой турист захочет побывать в этих местах, и поваляться в лечебной грязи.

Для постройки турбазы в лесах Южного Урала потребуется:

1. арендовать участок;
2. построить жилые корпуса, летнее кафе или столовую, а также душевые кабины;
3. провести необходимые коммуникации;
4. провести интернет и телевидение;
5. обустроить игровые площадки, пляж, детские площадки;
6. приобрести мебель и оборудование (холодильники, хозяйственный инвентарь, стиральные машины, кондиционеры, бытовая техника и т. д.)
7. создав необходимую инфраструктуру, нужно нанять персонал;
8. ежемесячно необходимо средства на оплату коммунальных и других услуг.

Обустройство турбазы обойдется предпринимателю в сумму размером около 2-х млн. рублей. Однако эти траты будут окупаться, и в целом, открытие базы отдыха сможет окупиться за 1,5-2 сезона. И уже за это время данная турбаза обустроенная, на уже имеющихся природных ресурсах, будет приносить огромную пользу в развитие местной экономики.

Южный Урал - это место, где есть все возможности, на такие затраты не нужны значительные инвестиции. В мире есть такие города, где нет абсолютно никаких

ресурсов, но они процветают, и туризм в них развивается. Примером является город Сингапур. Он был ничем, но в него вложили достаточные средства и сейчас он богатейший город в мире, туризм в нем процветает и приносит доход. Их ничего не остановило и нас не должно.

Так что же еще может привлечь туриста на Южном Урале, и сколько нужно потратить на это средств.

Прежде всего, современного путешественника интересуют активные туры, горнолыжные центры (выше мы уже назвали способы улучшения данного вида туризма), минералогические и экологические маршруты, а также туры по загадочным местам (например, многие сегодня стремятся попасть на место падения метеорита в Челябинской области). Развивается гастрономический, сельский и культурно-познавательный туризм, причем последний не является основополагающим, но это составляющая любой поездки.

Перечислим самые прибыльные направления.

Рыбалка. Урал благодаря множеству озёр притягивает любителей рыбной ловли. Озера расположены близко друг к другу, что не составит особого труда сменить место рыбалки. Поэтому в любом случае рыбалка будет результативной. В озерах и река Южного Урала обитают и успешно ловятся: окунь, рипус, щука, сиг, карась, плотва и прочие виды как мирной, так и хищной рыбы. Каждый турист равнодушный к такому роду деятельности легко найдет себе занятие по душе.

Для усовершенствования условий рыбалки понадобится бюджет приблизительно около 1750000 рублей. При среднем количестве посетителей, вложения окупятся уже через 3-4 года.

Улучшение и облагораживание рыбалки нужно, для того, чтобы это приносило доход, чтобы рыбалка развивалась, как отрасль туризма и чтобы озера не истощались из-за браконьерской ловли.

Этнокультурный туризм. Уральский регион по праву можно считать конгломератом русской этничности, олицетворением самого русского духа. Этнокультурный туризм – совокупность различных форм туристической активности, обусловленных стремлением путешествовать и приобщению к культуре других народов. Такой туризм помогает узнать обычаи и традиции других народов. Но чтобы это было интересно, и многие туристы узнали и захотели поучаствовать и потратить свои деньги в таком туризме, нужно его усовершенствовать и сделать больше рекламы.

Историко-культурный заповедник «Аркаим». Он является изюминкой, которой можно привлекать иностранцев на Южный Урал. Этот древний город используют как туристическую точку уже около 20-ти лет. Но туда приезжают только люди нашего края. И экономика от этого не увеличивается, идет круговорот денег, а доход нулевой. К тому же центр является очень древним и часто приходится выделять деньги на реставрации. И это значит, что бюджет становится меньше и не получает никакой прибыли.

Для того чтобы этнокультурный туризм приносил доход, нужно:

1. Усилить рекламу о историко-археологическом центре «Аркаим».
2. Увеличить и разнообразить экскурсии.
3. Улучшить условия проживания для иностранных граждан, не привыкших к данному туризму (и только постепенно знакомить с ним, чтобы не отпугнуть)
4. Увеличить количество мастер-классов.
5. Разнообразить сувенирную продукцию и т.д.

Проведя анализ, можно сделать вывод, что туризм является очень прибыльным видом деятельности. Все выше перечисленные изменения влекут за собой малые затраты, благодаря которым можно получить значительную прибыль как частным лицам, так и округу в целом. К тому же в данной статье перечислены не все виды туризма, которые можно благополучно развивать. При таких изменениях, возможно, возрастет приток иностранных туристов. Доход от усиления туристических точек 100% благоприятно повлияет на экономику.

Библиографический список

1. Рундквист, Н. 33 маршрута выходного дня / Н. Рундквист, Л. Волков. – М., изд-во ООО «Азимут», 2010. – 323 с.(дата обращения 1.03.2016)
2. Лучшее на Урале: активный и познавательный туризм / сборник статей под редакцией О. Черновой. – М., изд-во «Пластэко», 2011. – 251 с.(дата обращения 1.03.2016).
3. Проект Туризм Урала [Электронный ресурс] turizm-urala.ru (дата обращения 9.03.2016).
4. Влияние туризма на развитие экономики [Электронный ресурс] <http://cribs.me/turizm/vliyanie-turizma-na-razvitie-ekonomiki> (дата обращения 10.03.2016).
5. Министерство культуры Челябинской области /Областное государственное бюджетное учреждение культуры челябинский государственный историко-культурный заповедник «АРКАИМ» [Электронный ресурс]<http://www.arkaim-center.ru/>___(дата обращения 11.03.2016).

***Прокопьева В.В.
Евлова Е.В.
г. Челябинск***

К ВОПРОСУ ОМОТИВАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ

Мы считаем целесообразным отметить, что происходящие в обществе перемены в общественной, экономической, политической сферах предъявляют соответствующие требования к подготовке будущих специалистов. Современному обществу необходимы люди с высочайшим уровнем знаний, профессионализма, инициативы и предприимчивости, творческих и креативных возможностей. Это объясняет ход процесса обучения в целом и любой из его сторон, в частности, мотивационной. Общеизвестно, что основой успеха в профессиональной деятельности каждого студента считается высокая степень мотивации к данному виду деятельности.

Мотивационная сфера считается важной составляющей любой деятельности, возможностью достижения высоких результатов в ходе получения знаний, умений и навыков. Мотив профессиональной деятельности можно представить как фактор, который предполагает проявление профессиональной активности: установки, цели, потребности, чувство долга, увлечения и т.п.

Данная проблема играет важную роль при трудоустройстве, так как на современном рынке труда спрос на такого студента как будущего специалиста достаточно велик. А вот каким будет его поведение в дальнейшем зависит уже от того, что является наиболее значимым для него, какие потребности удовлетворяет личность в конкретной деятельности.

Следует отметить, что материальные поощрения, высокий уровень заработной платы в любой профессии считается одним из главных факторов формирования мотивации будущей профессиональной деятельности студента.

Под мотивом мы понимаем сложное психологическое образование, побуждающее человека к сознательным действиям и поступкам и служащее для них основанием.

Только с точки зрения мотивации можно говорить о нацеленности личности на удовлетворение своих потребностей, запросов, на формирование активности в деятельности, на определение своей жизненной позиции. Выдающийся психиатр, невропатолог и психолог В.Н. Мясищев говорил, что результаты, которых достигает

человек в своей жизни, лишь на 20-30% зависят от его интеллекта, а на 70-80% - от мотивов, которые побуждают его определенным образом себя вести [3, с.78].

В соответствии с представлениями А. Маслоу [2, с. 27] можно выделить пять основных уровней потребностей - мотиваций личности студента: основные физиологические потребности в пище, отдыхе, жилище, сексуальном удовлетворении, материальные стимулы, социальные блага - это средство удовлетворения основных физиологических потребностей.

Мотивацию можно охарактеризовать как совокупность внутренних и внешних движущих сил. Эти силы побуждают человека к какой-либо деятельности, задают конкретные формы и придают ей направленность, ориентированную на достижение определенных целей.

Роль мотивации на результативность профессиональной деятельности студентов огромна. Но она находится в зависимости от множества факторов, влияние очень различно и может изменяться под влиянием мотивов и обратной связи с деятельностью человека. Необходимо учесть, что при анализе положительной мотивации профессиональной деятельности нужно не только выделить главный побудитель, но и принять к сведению все составляющие мотивационной сферы студентов.

Мотивация пронизывает все сферы жизнедеятельности человека и преобладает во всех видах его деятельности, в том числе, профессиональной. В настоящее время Е.П. Ильин выделяет два подхода к изучению проблемы мотивации профессиональной деятельности. Первый подход основывается на исследовании содержательной стороны теории мотивации [1, с.135]. Такие теории основываются на изучении потребностей человека, которые выступают главным мотивом их поведения, а, значит, и деятельности.

Второй подход к проблеме мотивации профессиональной деятельности основывается на процессуальных теориях. Здесь говорится о распределении усилий работников и выборе определенного вида поведения для достижения конкретных целей [1, с.135].

Проблема мотивации профессиональной деятельности до настоящего времени не утрачивает свою актуальность и значимость. В качестве основных типов мотивации профессиональной деятельности выделены внешний и внутренний типы. На формирование профессиональной мотивации личности студента профессиональной организации могут оказывать влияние различные факторы: социально-психологические и общегосударственные.

Библиографический список

1. Ильин, Е.П. Мотивация и мотивы / Е.П. Ильин // Мастера психологии. СПб.: Литера, 2009.- с.264.
2. Маслоу, А. Мотивация и личность / А. Маслоу - СПб.: Питер, 2009.- с. 352.
3. Мясищев, В.Н. Личность и неврозы/ В.Н. Мясищев.- М.: [МПСИ](#), 2011.- с.110.

***Прокопьева В.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Развитие малого предпринимательства становится одним из важнейших направлений экономических преобразований. Обосновывает это тот факт, что малое предпринимательство является одним из ведущих секторов, определяющих темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта в стране.

В Челябинской области поддержка и развитие малого предпринимательства является одним из самых важных направлений деятельности Правительства Челябинской области. Начало развитию поддержки малого бизнеса послужило принятие Постановления Губернатора Челябинской области от 11.08.1999 №373 «О мерах государственной поддержки малого предпринимательства в Челябинской области» вместе с «Областной программой государственной поддержки и развития малого предпринимательства в Челябинской области»[1]. Областную целевую программу поддержки малого бизнеса Челябинской области можно охарактеризовать пятью основными направлениями (рис. 1)

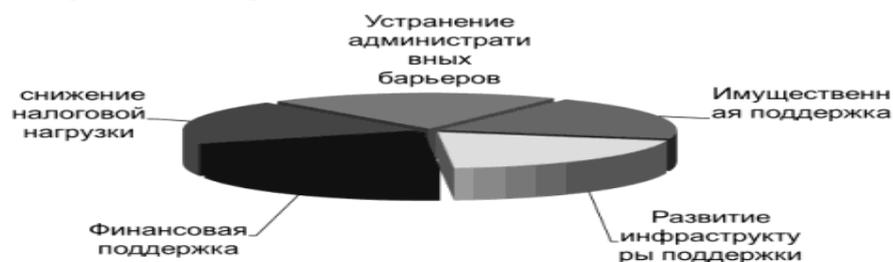


Рис.1 Основные направления областной программы поддержки малого бизнеса Челябинской области

В современных условиях, когда экономика испытывает кризис, предприятия вынуждены мобилизовать все имеющиеся внутренние ресурсы. Экономический кризис обуславливает значительное количественное сужение субъектов малого предпринимательства, которые в силу сложившихся рыночных условий вынуждены временно свернуть или даже полностью прекратить свою легальную хозяйственную деятельность, что в конечном итоге скажется не лучшим образом на численности занятых на малых предприятиях, приведет к снижению объемов оборота основного капитала на малых предприятиях и сокращению инвестиций в него.

Последствия кризиса, отразившиеся на финансовом состоянии предприятий, по отраслям деятельности представлены на сайте Министерства экономического развития Челябинской области [2].

Проанализировав информацию, представленную на этом сайте, можно сказать, что очень негативно сказалась сложившаяся ситуация на работе предприятий, осуществляющих свою деятельность в сфере сельского хозяйства (47,9%), торговли и услуг (45,2%), строительства (40,5%), производства (38,5%). Наименьшие последствия кризиса отразились на предприятиях в сфере здравоохранения (24%).

Субъекты малого предпринимательства связывают это с сокращением платежеспособного спроса потребителей (75,6% респондентов), 57,8% опрошенных считают, что сложившиеся условия ограничивают возможности для развития их бизнеса, 56,0% опрошенных были вынуждены уменьшить размер оборотных средств, а 36,0% респондентов отметили возникновение трудностей с привлечением кредитных средств.

Несмотря на неблагоприятную экономическую ситуацию 78,7% опрошенных не прибегали к уменьшению фонда оплаты труда как способу снижения затрат. Тем не менее, 21,3% из общего количества опрошенных (были вынуждены пойти на этот шаг). А 5,8% субъектов малого предпринимательства, участвующих в анкетировании, были вынуждены временно прекратить хозяйственную деятельность.

Для решения указанных проблем и предотвращения негативного влияния кризисных явлений на деятельность субъектов малого предпринимательства должны быть приняты меры, направленные на создание финансовой базы и снижение издержек малого бизнеса.

Возможными мерами, направленными на снижение влияния кризисных явлений на деятельность малых предприятий, могут выступать:

- меры в области увеличения финансовой поддержки;
- меры в области имущественной поддержки;

- меры, направленные на стимулирование спроса на товары и услуги малых и средних предприятий;
- меры в области информационной поддержки.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что малое предпринимательство имеет много проблем и не только в кризисных ситуациях, но их маневренность, компактность, динамичность существования формируют позитивные эффекты, что необходимо для экономики [3].

Библиографический список

1. О мерах государственной поддержки малого предпринимательства в Челябинской области от 11.08.1999 №373 // Гарант-информационно-правовой портал. – Режим доступа: <http://base.garant.ru>. Загл. с экрана: 29.03.2016.
2. Итоги мониторинга влияния кризиса на деятельность малого и среднего предпринимательства Челябинской области по состоянию на 01.01.2016. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства экономического развития Челябинской области. - Режим доступа: <http://chelbiznes.ru>. Загл. с экрана: 29.03.2016
3. Калмакова, Н.А. Проблемы развития малого и среднего предпринимательства отечественной экономики // Н.А Калмакова, Л.А.Кострюкова Научный журнал ВАК "Фундаментальные исследования" № 10 (часть 3) 2015, стр. 589-595. www.rae.ru/fs/

***Ракчеева Е.
Федорова К.А.
г. Челябинск***

ГРАНТОВАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО КРИЗИСА

В условиях финансового кризиса обыкновенно первым страдает малый бизнес, ведь он наименее защищен от внешних экономических воздействий. В прошедшем году мы все наблюдали ситуацию на валютном рынке, которая повлекла за собой серьезные последствия для крупных предприятий. При этом государство старается развить и поддержать начинающих бизнесменов и небольшие предприятия, ведь за счет этого кризис в нашей стране не ощущается так сильно.

В конце 2014 года – начале 2015 наблюдалось сокращение небольших ООО (обществ с ограниченной ответственностью). В ответ на это государство запустило несколько программ направленных на сохранение уже имеющихся предприятий и на открытие новых. На данный момент количество подобных программ растет, но не все знают о такой возможности. [2]

Малый бизнес – это предпринимательская деятельность, которая осуществляется субъектами рыночной экономики при определенных установленных законами, государственными органами или другими представительными организациями.[1]

Малому предпринимательству необходима качественная поддержка на различных уровнях, так как устоять на современном рынке труда очень трудно.

На каких уровнях осуществляется поддержка?

Для тех, кто решил работать на себя и не стремится привлечь с самого начала большое количество сотрудников, важно знать на какой объем помощи он может рассчитывать. Существует несколько направлений работы в данной сфере:

- консультации;
- поддержка в сфере образования;
- имущественное обеспечение;
- финансирование.[5]

Подробнее рассмотрим такой вид финансирования как грант.

Грант – финансовая поддержка на безвозмездной и безвозвратной основе на условиях долевого финансирования целевых расходов по регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя, расходов, связанных с началом предпринимательской деятельности, выплат по передаче прав на франшизу (паушальный взнос).

Грантовая поддержка – это доленое финансирование целевых расходов по регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя, расходов, связанных с началом предпринимательской деятельности, предоставляемое на безвозмездной и безвозвратной основе индивидуальным предпринимателям и юридическим лицам – производителям товаров, работ, услуг, для реализации проектов.[6]

Существуют Общие требования к претендентам на грантовую поддержку, применяемые во всех регионах с некоторыми изменениями.

Каждый регион самостоятельно утверждает перечень требований, которым должен соответствовать претендент на получение грантов, направленных на улучшение бизнес-климата. Независимо от специфики ведения бизнеса в каждом отдельном регионе РФ, закон обязывает муниципальные власти соблюдать некоторые общие принципы распределения между начинающими предпринимателями грантов на развитие бизнеса: Гранты могут получать только действующие субъекты предпринимательской деятельности, подпадающие под определение представителей малого бизнеса, которые работают в производственной сфере или на рынке продаж товаров/услуг не менее одного года на момент подачи заявки. Конкурсант должен иметь положительную кредитную историю и быть добросовестным налогоплательщиком. Заявки всех претендентов на получение грантов рассматриваются коллегиальными конкурсными комиссиями, созданными при региональных органах местного самоуправления. Порядок получения гранта на развитие малого бизнеса закрепляется в двухстороннем договоре, который подписывается между получателем гранта и региональным фондом поддержки.[3]

Поддержка малого бизнеса при помощи материальных средств бывает нескольких видов:

- гранты на открытие и развитие;
- субсидирование уже работающих предприятий, которые занимаются инновациями или работают в приоритетных для государства областях (сейчас это по большей части сельское хозяйство);
- помощь в выплате кредитов и средств по договору лизинга;
- льготы на аренду мест в профильных выставках, ярмарках;
- субсидирование [4]

Чаще всего грант на развитие малого бизнеса выдается так называемым субъектам социального предпринимательства. Понятие социального предпринимательства в определенной степени ново для российского рынка. Оно объединяет бизнесменов, которые работают в таких сферах, как: содействие занятости и трудоустройству социально незащищенных слоев населения; организация социального туризма; оказание помощи пострадавшим от стихийных бедствий, а также от разного рода катастроф (природных, социальных, национальных и т.д.); культурно-просветительская деятельность; услуги в сфере образования; вовлечение в социально активную деятельность людей, страдающих наркоманией, алкоголизмом, отбывающих наказание в местах лишения свободы.

Челябинская область не отстает от тенденций в обществе. У нас так же существует огромное количество программ на поддержку малого предпринимательства:

1. Наименование конкурсного отбора: Конкурсный отбор крестьянских (фермерских) хозяйств на право получения в 2015-2017 годах грантов на создание и развитие крестьянских (фермерских) хозяйств. Предмет конкурсного отбора: проведение конкурсного отбора крестьянских (фермерских) хозяйств на право получения в 2015-2017 годах грантов на создание и развитие крестьянских (фермерских) хозяйств. Организатор конкурсного отбора: Министерство сельского хозяйства Челябинской области.

2. 21.12.2015 Государственная программа Челябинской области «Экономическое развитие и инновационная экономика Челябинской области» на 2016-2018 годы [7]

В условиях современного кризиса правительство не перестает направлять деньги на поддержку малого предпринимательства, так как оно является необходимой частью современной модели экономического рынка. Грантовая поддержка необходима и приносит свои результаты.

Библиографический список

1. Словари и энциклопедии на Академике [Экономический ресурс]. – Режим доступа: economic_mathematics.academic.ru – загл. С экрана 02.04.2016
2. Финансовый базис [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://finbasis.ru/podderzhka-malogo-biznesa/> - Загл. С экрана 02.04.2016
3. ИП.информ.РУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ipinform.ru/razvitie-biznesa/dengi-na-razvitie/granty-dlya-malogo-biznesa.html> - Загл. с экрана 02.04.2016
4. Сайт поддержки малого бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ipirip.ru/podderjka-malogo-biznesa.php> - Загл. с экрана 02.04.2016
5. Фонд поддержки малого предпринимательства Пуровского района [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://srv33172.ht-test.ru/?page_id=575 – Загл. С экрана 02.04.2016
6. Центр поддержки предпринимательства г.Кемерово [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csbkem.ru/section/128.htm> - Загл. с экрана 02.04.2016
7. Министерство экономического развития Челябинской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://chelbiznes.ru/base/nl?article=1572> – Загл. С экрана 02.04.2016

*Ракчеева Е.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск*

НАНОРАЙОНЫ - ТЕРРИТОИАЛЬНОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ

Территориальное общественное самоуправление является одной из форм местного самоуправления, одной из составляющих права на местное самоуправления.

Первоначально территориальные общественные самоуправления функционировали как подразделения районной администрации, а не как самостоятельные объединения граждан по месту жительства. Вместе с тем их создание и деятельность в некоторых районах города имели свою специфику.

Зачастую формирование органов территориальных общественных самоуправлений происходило исключительно по инициативе населения, на сходах жителей.

Современная Россия претендует на звание правового государства. Такое положение закрепляет Основной закон страны – Конституция, об этом заявляют органы исполнительной власти нашей страны.

Но становление правового государства можно констатировать только в том случае, если созданы как законодательный массив, гарантирующий беспрепятственное осуществление прав человека и гражданина, так и механизм его реализации. Касается это и вопроса осуществления прав на территориальное общественное самоуправление.

Территории общественного самоуправления (ТОСУ) называются Нанорайонами. [1]

Территориальное общественное самоуправление – форма самоорганизации граждан по месту жительства для решения непосредственно или путем избрания органов местного самоуправления вопросов местного значения.

Границы территории жилого массива, где осуществляется территориальное общественное самоуправление, устанавливается представительными органами местного самоуправления (городской думой) на основе предложений жителей с учетом исторических, культурных, социально-экономических особенностей территории и организации деятельности жилищно-коммунальных служб.

Принципы территориального общественного самоуправления:

- Широкое участие граждан в выработке и реализации решений по вопросам развития территории.
- Самостоятельность создаваемых органов территориального общественного самоуправления в определении их компетенции, в обеспечении финансово-экономической основы деятельности.
- Выборность органов территориального общественного самоуправления, их подконтрольность и подчиненность населению.
- Открытый и публичный характер деятельности территориального общественного самоуправления.
- Законность.
- Сочетание местных интересов с интересами развития муниципального образования и национально-государственными интересами. [2]

В таблице ниже представлены виды и количество структурных единиц ТОС в России.

**ЧИСЛО ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ,
ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫХ
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
На 27 апреля 2015 г.¹⁾**

	Всего зарегистрировано	из них зарегистрировано в 2014 г.
Общественные объединения - всего	101847	6150
в том числе:		
общественные организации	54169	4372
из них благотворительные	1615	103
общественные движения	1722	130
из них благотворительные	11	1
общественные фонды	4934	313
из них благотворительные	1950	93
общественные учреждения	919	47
из них благотворительные	4	-
органы общественной самодеятельности	234	35
иные виды общественных объединений	39869	1253
из них:		
профессиональные союзы	28197	515
национально-культурные автономии	1100	135
Политические партии	76	8
Некоммерческие организации - всего	90155	7319
в том числе		
благотворительные фонды	6866	825
Филиалы и представительства международных организаций, иностраных некоммерческих неправительственных организаций	177	14

Целью ТОС является самостоятельное и под свою ответственность осуществление собственных инициатив граждан по вопросам местного значения.

Закон предусматривает две формы осуществления ТОС:

1) путем проведения собраний и конференций граждан, т.е. непосредственно населением без избрания органов;

2) путем создания и деятельности органов ТОС, избираемых на собраниях или конференциях граждан, проживающих на соответствующей территории.[3]

К исключительным полномочиям собрания, конференции граждан, осуществляющим территориальное общественное самоуправление, относятся:

- установление структуры органов ТОС;
- принятие устава ТОС и внесение в него изменений и дополнений;
- избрание органов ТОС;
- определение основных направлений деятельности территориального общественного самоуправления;
- утверждение сметы доходов и расходов ТОС и отчета о ее исполнении;
- рассмотрение и утверждение отчетов о деятельности территориального общественного самоуправления.

Органы территориального общественного самоуправления:

- представляют интересы населения, проживающего на соответствующей территории;

- обеспечивают исполнение решений, принятых на собраниях и конференциях граждан;

- могут осуществлять хозяйственную деятельность по содержанию жилищного фонда, благоустройству территории, иную хозяйственную деятельность, направленную на удовлетворение социально-бытовых потребностей граждан, проживающих на соответствующей территории, как за счет указанных граждан, так и на основании договора между органами ТОС и органами местного самоуправления с использованием средств местного бюджета;

- вправе вносить в органы местного самоуправления проекты муниципальных правовых актов, подлежащие обязательному рассмотрению органами и должностными лицами местного самоуправления, к компетенции которых отнесено принятие указанных актов.

Самым приближенным примером ТОС может послужить Территориальное Общественное Самоуправление в городе Челябинске. [5]

Существует ряд инициатив и научных исследований деятельности местного самоуправления. В частности, для поддержки деятельности ТОС ведётся разработка социально-земельной системы, включающей в себя:

- принципы самоорганизации местного сообщества;
- обобщённую методику решения местных задач;
- инструменты информационного взаимодействия всех участников жизни поселения;

- методику внедрения и продвижения всей системы.[2]

ТОС – организация, выражающая мнение людей, доказывающая демократичность нашей страны и решающая многие социальные вопросы общества.

Библиографический список

1. Центральная научная библиотека Иркутского научного центра СО РАН [Электронный ресурс].- Режим доступа: csl.isc.irk.ru/BD/Books/соц-эконом.pdf – Загл. с экрана 03.04.2016

2. Все по специальности менеджмент [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://managment-study.ru/territorialnoe-obshchestvennoe-samoupravlenie.html#ixzz44JKHEr7> – Загл. С экрана 03.04.2016

3. The Best way to modify future [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://upravleniemunicip.ru/otvety_na_ekzamen_municipalnoe_upravlenie-territorialnoe_obschestvennoe_samoupravlenie.html - Загл. с экрана 03.04.2016

4. Студопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studopedia.ru/6_59570_territorialnoe-obshchestvennoe-samoupravlenie.html - Загл. с экрана 03.04.2016

5. Pandia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pandia.ru/text/78/040/1684.php> - Загл. с экрана 03.04.2016

**Рашитов Ф.А.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск**

КОНКУРЕНЦИЯ: ЕЕ ВИДЫ И РОЛЬ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ

Аннотация: *Переход к рыночной системе хозяйствования поставил многие предприятия в сложное положение. В условиях жесткой конкуренции они вынуждены искать новые способы выживания на рынке. В современных условиях управление конкурентоспособностью и сохранение конкурентных преимуществ - инструмент, который позволяет повысить рентабельность используемых ресурсов, уровень энергичности, качество продуктов и услуг, чем делает условия для обеспечения хороших темпов экономического роста, повышения уровня жизнедеятельности населения.*

Актуальность данной темы обуславливается тем, что конкуренция является неотъемлемой частью рыночной экономики. Законодательные и институциональные изменения, которые происходят в российской экономике, влияют на модели и методы конкурентного поведения организаций. Организациям необходимо вырабатывать и совершенствовать свои конкурентные стратегии под воздействием скачков темпов роста потребительского спроса, а также с приходом на национальный рынок зарубежных компаний. Кроме того, конкуренция ужесточилась с наступлением кризиса и введением санкций.

Ключевые слова: конкуренция, виды конкуренции, экономическое развитие, роль конкуренции в экономическом развитии.

Конкуренция – это особый вид честной экономической борьбы, в которых при наличии в принципе равных шансов у каждой из претендующих сторон верх одерживает более умелая, предприимчивая, способная сторона. Участники рынка борются за улучшенные условия производства, купли и продажи товаров, условия производства и сбыта, за возможность получить максимальную прибыль и другие.

В ходе развития национальной экономике рынок продавцов постепенно сменяется на рынок потребителей. Однако, несмотря на такие изменения и кризис российской экономики многие компании не решаются на активную конкурентную борьбу и не реагируют на такие перемены рыночных условий. Важным и основным условием долгосрочного существования компании и сохранения ее конкурентоспособности является формирование конкурентной стратегии компании. Также в качестве выживания на рынке эффективны следующие методы борьбы: улучшение качества товара и услуг, регулирование цен, введение сервисного обслуживания, пересмотр условий платежей и поставок, реклама.

Виды конкуренции зависят от многих показателей:

- 1) Количество фирм, поставляющих товар на рынок;
- 2) Возможность входа и выхода на рынок предприятия;
- 3) Разнообразие товара;
- 4) Участие компании в контроле над ценой рынка.

Конкуренция бывает:

- совершенная
- несовершенная.

Совершенной конкуренции характерна хозяйственная независимость и частная собственность. При данном виде конкуренции на хозяйствующем рынке имеется большое количество компаний, которые самостоятельно решают вопросы по количеству и ассортименту товаров и услуг. Кроме того, при данном виде конкуренции, ассортимент различных фирм однородный, отличная информированность покупателей о ценах, объем производства не влияет на цену, неограниченный доступ на рынок и независимость продавцов друг от друга.

В конце 19 – начале 20 веков обострился другой вид конкуренции – несовершенная. Она вызвана появлением на экономическом рынке монополии. Появление акционерных обществ, концентрация капитала, усиление контроль над различными ресурсами – все это является предпосылками появления несовершенной конкуренции. К формам несовершенной конкуренции относят:

- 1) Научно-техническое соперничество (разработка новых продуктов, совершенствование товаров и услуг компаний, внедрение современных технологий);
- 2) Торговое соперничество (ценовая дискриминация). Данная форма делится еще на ценовую (искусственное снижение цен) конкуренцию и неценовую (улучшение качества товара и условий продажи);
- 3) Промышленно-производственное соперничество (увеличение производственных возможностей фирмы, сокращение издержек производства).

В настоящее время активно развивается несовершенная конкуренция для характеристики сектора монополии. Конкуренция считается нормальным явлением, проявление которого необходимо для устойчивого функционирования рыночной экономики. У конкуренции есть как плюсы, так и минусы. Приспособление к спросу, развитие инноваций, рост производительности труда, сокращение издержек производства можно отнести к положительным чертам конкуренции. К минусам конкуренции относят: разнообразие в условиях деятельности, использование на износ природных ресурсов, нарушение экологии и другие. Конкуренция поддерживает динамику в экономике, создает национальное богатство при меньшей стоимости продукта в сравнении с плановой экономикой и монополией.

Библиографический список

1. Конституция РФ (с изм. От 21.07.2014г)// Собрание законодательства РФ от 04.08.2014 №31, ст. 4398.
2. Федеральный закон «О защите прав потребителей» (от 07.02.1992 с ред. от 13.07.2015г.). [Электронный ресурс]: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=182775;fld=134;dst=1000000001,0;rnd=0.6015913213071065>
3. Гребенникова, П.И., Тарасевич, Л.С., Леусский, А.И. Микроэкономика./ П.И. Гребенникова, Л.С. Тарасевич, А.И. Леусский. –М.: Юрайт, 2016. 544с.
4. Журавлева, Г.П. Экономическая теория: Микроэкономика – 1,2./ Г.П. Журавлева. –И.: Дашков и Ко, 2016. 936с.
5. Носова, С.С. Современные макроэкономические проблемы./ С.С. Носова. –И.: КноРус, 2015. 494с.

6. Свободная Энциклопедия «Википедия»//Конкуренция. –[Электронный ресурс]: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F>

*Редреева М.А.
Базавлуцкая Л.М.
г. Челябинск*

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ БУДУЩЕГО ПРЕПОДАВАТЕЛЯ К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Формирование личности студента как будущего специалиста в сфере экономики довольно часто и в значительной степени зависит от педагога, который его учит и воспитывает. Однако в настоящее время начинающему педагогу предъявляют высокие требования для осуществления профессиональной деятельности, немногие из педагогов справляются с такими задачами. Для того, чтобы эффективно справиться с этой проблемой, будущему педагогу необходимо в полной мере освоить методiku профессионального обучения, которая помогает изучить и освоить не только методы преподавания своей дисциплины, но также знания основных нормативных документов, общекультурных, теоретических и практических компетенций профессионального образования, которые составляют содержание учебно-познавательной деятельности студента.

Начинающий преподаватель, приступая к своей профессиональной деятельности, должен владеть нормативно правовой базой по своему направлению подготовки студентов [6]. Он должен знать основные законы и нормативные документы, которые касаются среднего профессионального образования. Нормативно-правовой комплекс включает в себя положения статей из Конституции РФ, закон «Об образовании в РФ», Концепцию духовно-нравственного развития, Концепцию экономического развития РФ 2020, особенно в части положений о профессиональном образовании в системе СПО.

Изучив основные нормативные документы, преподаватель должен познакомиться с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности своих студентов, а именно, знать основные цели и задачи, а также общекультурные и профессиональные компетенции [3, 4, 5, 8].

Немаловажным составляющим для повышения эффективности обучения студентов является владение преподавателем содержанием и структурой основной профессиональной образовательной программы (ОПОП). Структура ОПОП включает циклы дисциплин, которыми должен овладеть студент при освоении программы. На этой основе преподаватель составляет свою рабочую программу так, чтобы темы для изучения были построены логически и в совокупности давали результат, обозначенный в нормативных государственных документах.

Неотъемлемой составляющей педагогической деятельности начинающего преподавателя является владение методикой подготовки и проведения учебных занятий. Подготовка преподавателя к лекции, практическому или комплексному занятию начинается с составления плана-конспекта, который включает в себя поминутное описание цели, форм, методов обучения, хода занятия. Методически грамотно проведенная лекция или практическое занятие у студентов вызывает интерес не только к определенной теме, но и к самому процессу обучения, что является важным стимулом к самообразованию и творческому саморазвитию студентов. Существуют различные методы обучения, которые можно применить при проведении занятия как основные или в сочетании, например, следующие:

1. Объяснительно-иллюстративный метод (учебная цель достигается в результате предъявления обучающимся готовой информации, объяснения, иллюстрирования

словами, изображением, действиями на лекциях, в процессе рассказа, беседы, трудовых операций, демонстрации опытов и др.).

2. Репродуктивный метод (призван передать обучающемуся в готовом виде (образец, правило) основную часть фонда способов деятельности, накопленных человечеством. Метод осуществляется через систему упражнений, устное воспроизведение, решение типовых задач, воспроизведение знаковых моделей, рисование схем, чертежей, выполнение лабораторных работ по готовой инструкции).

3. Метод проблемного изложения (он осуществляется через проблемное изложение. Педагог ставит проблему и раскрывает доказательные пути её решения).

4. Частично-поисковый метод (педагог ставит проблему, составляет и предъявляет задания на выполнение отдельных этапов решения познавательных и практических проблем, планирует шаги решения, руководит деятельностью обучающегося, создает промежуточные проблемные ситуации.)

5. Исследовательский метод (по мнению специалистов, он наиболее продуктивный. Педагог составляет и предъявляет студенту проблемные задачи для самостоятельного поиска решения, осуществляет контроль за ходом решения [1, с.48].

Владение экономическими знаниями в рамках учебных дисциплин и их правильные применения на практике в профессиональной деятельности определенных специалистов требуют от преподавателя экономических дисциплин высокой профессиональной готовности и эмоциональной устойчивости.

Перспективами дальнейшего развития педагогической деятельности преподавателя в экономическом обучении могут быть следующие положения:

1. Внедрение инновационных дидактических технологии на лекционных, семинарско-практических занятиях и во время подготовки студентов к практике;

2. Рациональное соотношение традиционных и нетрадиционных видов учебных занятий и развитие субъект-субъектного взаимодействия преподавателя и студента;

3. Развитие профессиональных компетенций будущих специалистов благодаря широкому использованию различных современных педагогических технологий, которые постоянно дополняются новыми авторскими открытиями и находками преподавателей;

4. Сочетание индивидуальной и групповой работы со студентами, создавая условия для их творческого развития;

5. Применение современных технологий обучения в процессе подготовки студентов к прохождению практики;

6. Формирование профессионально значимых умений и навыков у студентов;

7. Воспитание потребности систематически самосовершенствоваться [7, с.130].

Профессионально важные качества, необходимые для быстрого и точного освоения и выполнения трудовой деятельности, определяемые специальными способностями и способами действий, именуются специальными. Они характерны только для определенной профессии или ряда смежных профессий.

Профессиональная деятельность специалиста, как и любой другой вид деятельности человека, тесно связана с особенностями его личности, которая является продуктом и регулятором деятельности. Профессионально важные качества включают в себя индивидуально-психические и личностные качества субъекта, которые необходимы и достаточны для реализации той или иной продуктивной деятельности. В современных исследованиях процесс формирования профессиональных качеств преподавателя рассматривается с позиций целостного развития личности; достижений; определенного уровня квалификации; инициативности в профессиональной деятельности; саморазвития, совершенствование личности (морально-нравственные, коммуникативные и волевые, деловые качества и организаторские способности) [6, с.245].

Таким образом, мы предлагаем некоторые пути решения проблем подготовки будущего преподавателя экономических дисциплин к профессиональной деятельности, которые заключаются в том, что в процессе обучения студентов вузов - будущих

преподавателей экономических дисциплин, в частности в процессе обучения методике профессионального образования, необходимо сочетать технологический подход в комплексе с компетентным. Тем самым преподаватель МПО (методики профессионального обучения) создает условия для формирования общекультурных и профессиональных компетенций будущего преподавателя экономических дисциплин в системе среднего профессионального образования.

Библиографический список

1. Белозерцев, Е. П. Педагогика Профессионального образования: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений [Текст] / Е. П. Белозерцев, А. Д. Гонеев, А. Г. Пашков и др.; Под ред. В.А. Слостенина. -2-е изд., стер. - М.: Академия, 2006.- 368с. - ISBN 5-7695-2603-3.

2. Данилюк, А. Я. Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России в сфере общего образования: проект/ А. Я. Данилюк, А. М. Кондаков, В. А. Тишков. Рос. акад. образования. — М.: Просвещения, 2009. — 00 с. — (Стандарты второго поколения). — ISBN 978-5-09-022138-2.

3. Закон «Об образовании в РФ» [Электронный ресурс] / МОиН РФ. – М.: режим доступа - <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=166143> - дата обращения 03.12.2014.

4. Конституция РФ [Текст] / ред. Е. Гончарова. – М.: [Айрис-Пресс](#), 2013, 64 с. - ISBN 978-5-8112-5240-4.

5. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс] / Правительство Российской Федерации. Распоряжение от 17 ноября 2008 г. N 1662-р - © КонсультантПлюс, 1992-2014. режим доступа - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_90601/?frame=1

6. Морева, Н.А Технологии профессионального образования: Учебное пособие [Текст] / Н.А. Морева. - М.: Академия, 2005. - 432 с. - ISBN 5 - 7695 -2254 - 2.

7. Основы педагогического мастерства: уч. пособ. для пед. уч. завед. / Под ред. И. А. Зазюна. - М., 1989.

8. [Федеральный Государственный Образовательный](#) стандарт среднего профессионального образования по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) [Электронный ресурс] / МОиН РФ. – М.: режим доступа - http://www.edu.ru/db-mon/mo/Data/d_14/m832.html - дата обращения 03.12.2014.

Редреева А.А.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск

САРАФАННЫЙ МАРКЕТИНГ

Сарафанное радио было всегда, даже в те времена, когда о блогах, форумах, Фейсбуке, Твиттере и виртуальной жизни никто не знал. Именно с приходом и стремительным развитием онлайн-коммуникаций компании осознали, что весь этот поток разговоров можно контролировать и направлять в выгодное русло. Так появился сарафанный маркетинг.

Сарафанный маркетинг – это маркетинговая технология, позволяющая спровоцировать позитивные разговоры о бренде в среде потенциальных потребителей.

В основе технологии лежит особенность психологии человека – доверять советам друзей и знакомых о товарах и услугах. В современном мире реклама окружает человека буквально со всех сторон – и покупателю как никогда важно получить неангажированное мнение о продукте. К рекламным обещаниям потребитель с каждым годом относится все более и более настороженно – именно поэтому при выборе новых продуктов он

обращается за рекомендацией к представителям своего ближайшего окружения. «Свой» не обманет и «плохого не посоветует». Если перед потребителем встает выбор, чему довериться – призыву из традиционной рекламы, или совету друга, он, конечно же, выберет последнее. Когда человеку нравится продукт – он обязательно посоветует его своему другу, в свою очередь, тот попробует и посоветует уже своему знакомому. И так – по цепочке – включается «сарафанное радио».

Сарафанный маркетинг основан на четырех простых правилах:

- быть интересным
- быть простым
- делать людей счастливыми
- зарабатывать доверие и уважение

Разговоры людей — ключевой компонент сарафанного маркетинга. Но необходимо сделать так, чтобы люди заговорили о компании, о товарах или услугах, для этого существует три причины.

1. **Любят то, что создает организация.** Хорошие товары, превосходный сервис, уникальные фишки- это может быть что угодно. Например, об Apple говорят миллионы — даже те, кто ни разу не пользовался айфоном, айпадом и прочими гаджетами этой компании, потому что их товары настолько высококачественные, что о них хочется говорить.

2. **Чувствуют себя важными, умными, полезными.** Какими бы рациональными ни хотели казаться, роль эмоций в поступках нельзя преуменьшать. Необходимо показать клиентам, что с помощью рассказов о данной компании они смогут блеснуть эрудицией, помочь всем друзьям с решением проблемы. Подчеркните важность для компании — приглашайте на презентации, закрытые мероприятия.

3. **Потребность в идентификации.** Приобретая продукт, пользователь автоматически становится участником его комьюнити, и примеряет на себя все те ценности и идеи, которые тот несет в себе. Необходимо, чтобы клиенты компании были объединены в некую субкультуру — так, они будут чувствовать свою причастность к группе, общаться с единомышленниками (о компании) и нести молву в массы.

Сарафанный маркетинг включает в себя 5 элементов, без которых он не будет работать, как бы этого ни хотелось:

1. **Ораторы.** Так как разговоры — суть сарафанного маркетинга, то нужно понять, кто именно будет говорить, и устанавливать с этими людьми контакт. Ораторы могут быть среди постоянных клиентов компании, а также тех, кто впервые обратился. Определив ораторов нужно понять, насколько они авторитетны, а также каков объем их аудитории. Необходимо не забывать, что качество важнее количества. Оратор с малочисленной публикой, но высоким авторитетом в их глазах, может быть гораздо полезнее тысячника без должного уровня доверия. После того как ораторы были найдены, нужно установить контакт. Позже приступайте к следующему шагу — дайте темы для разговоров о фирме.

2. **Темы.** Хорошая тема обязана быть простой, органичной, неожиданной, и, что самое важное, легкой для распространения. Она должна быть вирусной.

3. **Инструменты.** Не стоит сидеть сложа руки и ждать, пока заговорят. Сделайте первый шаг. Необходимо рассказать, что известно о компании. С помощью правильной рассылки, компания подписывает ораторов новыми темами, а они, в свою очередь, разносят их всей аудитории слушателей.

4. **Участие.** Необходимо принимать участие в разговорах. Благодарить за теплые слова, отвечать на вопросы, решать возникшие проблемы, либо просто общаться. Главное — говорить от своего имени. Если видите, что отзывы не лестные, и наполнены негативом и жалобами, попробуйте конструктивно разобраться, предложить помощь и приложить все усилия, чтобы проблемы были устранены.

5. Отслеживание. Мониторинг необходим. А с приходом интернета в жизнь он еще и стал простым, как никогда раньше. Просто пользуйтесь Google — и вот уже сотни результатов с отзывами о компании.

Все знают прописные истины, что для успешного появления и развития нового бизнеса нужно подготовить грамотный бизнес-план, оценить риски, сформировать стратегию развития компании, расписать ближайшие задачи, найти инвесторов, спрогнозировать прибыль и т.д. За этими цифрами и денежными выкладками часто забывается о простом человеческом интересе, к познанию нового, о развитии. Ведь для того, чтобы дело было успешным, команда должны «гореть» новой идеей, любить свое дело и быть полными энтузиазма. Без этого компания не сможет идти вперед и уделять все свободное время. Конечно же можно подойти ко всему с «холодной головой», без особого воодушевления. Но тогда не нужно ждать, что компания «взорвет» рынок или совершит какой-то особенный прорыв.

Таким образом, чтобы компания процветала в полную силу и была популярна на рынке труда, используйте сарафанный маркетинг.

Библиографический список

1. Серновиц, Э. Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить [Текст] / перевод Таира Мамедова.— Издательство: Манн, Иванов и Фербер. 2012 г.— С.240

2. Манн, И. Маркетинг без бюджета, 50 работающих инструментов [Текст] / Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2015.— С. 296.

***Ременцева А.В.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

В условиях современной экономики предприятию необходимо иметь грамотную систему финансовой безопасности. Эффективное управление финансами предприятия имеет огромное значение для его развития. Для этого необходимо, чтобы руководители всех уровней во время принятия управленческих решений, учитывали необходимость соблюдения финансовой безопасности.

Финансовая безопасность — это возможность предприятия предупреждать и подавлять возможные угрозы по ухудшению его финансового состояния [1].

Можно выделить основные факторы, оказывающие непосредственное влияние на финансовую безопасность предприятия в современных экономических условиях:

- финансовая устойчивость предприятия;
- уровень ликвидности и платежеспособности предприятия;
- соотношение собственного и заёмного капитала;
- квалификация экономистов, бухгалтеров, финансистов.

Финансовая устойчивость предполагает наличие денежных средств, которые позволяют предприятию поддерживать свою деятельность. Она отражает способность предприятия получить средства, необходимые для ведения основной деятельности и своевременного погашения своих долгов.

Ликвидность баланса определяет возможность предприятия покрыть свои обязательства активами, срок превращения которых в денежную форму соответствует сроку погашения обязательств.

Платежеспособность предприятия является его способностью к своевременному выполнению денежных обязательств. Существует обратная ситуация, которая называется

неплатежеспособностью. Она возникает, когда предприятие не имеет возможности исполнить свои обязательства перед кредиторами вовремя. Данная ситуация может привести к банкротству.

Динамика коэффициентов платежеспособности организаций
(без субъектов малого предпринимательства) по РФ
(по данным бухгалтерской отчетности на 24.09.2015, в %)[3]

Год	Коэффициент текущей ликвидности	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	Коэффициент автономии
2007	130,7	-10,5	55,9
2008	129,2	-14,1	50,5
2009	129,4	-18,8	51,6
2010	134,3	-14,1	52,4
2011	136,2	-17,8	50,8
2012	128,1	-25,5	48,2
2013	125,3	-30,7	45,3
2014	121,1	-41,2	40,1

Анализируя данные из таблицы, мы видим, что:

- в течение последних трех лет коэффициент ликвидности предприятий уменьшился;
- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами уменьшается в течение последних четырех лет;
- коэффициент автономности предприятий также падает в течение последних четырех лет.

Следовательно, в течение последних нескольких лет предприятия все больше подвергаются финансовым рискам. К сожалению, данная ситуация неизбежно приводит к неплатежеспособности предприятий и как следствие, к банкротству некоторых из них.

Таким образом, основываясь на финансовых показателях, возникает необходимость разработки стратегии финансовой безопасности предприятия.

Чтобы повысить качество финансовой безопасности и уменьшить риск неплатежеспособности и банкротства, предприятию необходимо [2]:

- 1) пристально следить за своим финансовым состоянием;
- 2) своевременно и качественно повышать квалификацию специалистов и других сотрудников;
- 3) минимизировать использование заемных средств (в современных условиях, учитывая существующие финансовые риски и нестабильную экономическую ситуацию, соотношение заемного/собственного капитала должно составлять примерно 30/70).

Таким образом, можно сделать вывод, что проблема финансовой безопасности остро стоит перед предприятиями в современных экономических условиях. Руководителям всех уровней необходимо уделять большое внимание системе финансовой безопасности предприятия.

Библиографический список

1. Галицкая С.В. Финансовый менеджмент. Финансовый анализ. Финансы предприятия [Текст] / С.В. Галицкая. – М.: Эксмо, 2014. – 652 с.
2. Хабибулина А.Г. Финансовая безопасность. Финансовые расследования [Текст] / А.Г. Хабибулина. – М.: Издательство Московского университета, 2013. – 368 с.
3. Федеральная служба гос. статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/finans/dinkoef.htm

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РФ

Региональная политика России охватывает комплекс законодательных, административных, социально-экономических и других мероприятий, которые должны проводиться федеральными и региональными государственными органами власти. Региональная политика государства — это сфера деятельности по управлению экономическим, социальным и политическим развитием страны в пространственном, региональном аспекте, т.е. связанная с взаимоотношениями между государством и районами, а также районов между собой [3]. Современная региональная политика России имеет следующие приоритетные направления:

1. Формирование из регионов нового опорного каркаса страны

Решение задачи удвоения ВВП требует срочного перехода от политики выравнивания социально-экономического развития территорий к политике поляризованного развития, к определению и поддержке регионов – «локомотивов роста». Через такой ускоренный рост отдельных регионов прошли практически все страны, пережившие экономический и социальный подъем. Концентрация усилий в рамках отдельных регионов позволяет получить эффект масштаба и эффект агломерации, которые создают в «полюсах» роста силы саморазвития, а правильный выбор данных полюсов в стране обеспечивает со временем подъём окружающих регионов. Принцип поляризованного развития эффективен только тогда, когда на территории страны появляется сеть полюсов роста разного уровня.

Новая каркасная структура пространственной организации страны должна:

- обеспечить наиболее эффективную интеграцию в глобальный рынок, сосредотачивая на своей территории центры управления потоками товаров, финансов, информации и людей, центры разработки и обращения инноваций;

- за счет формирования нескольких территориально закреплённых «локомотивов роста» способствовать ускоренному социально-экономическому развитию Российской Федерации, становясь источником нововведений для других регионов, размещая в них заказы для своих предприятий, передавая выполнение отдельных производственных функций на аутсорсинг;

- обеспечить инфраструктурную, производственно-технологическую и социально культурную связанность страны, открывающую доступ территорий и их населения к источникам социально-экономического роста;

- реализовать в стране пилотные проекты социально-экономического развития.

2. Формирование региональных модулей Национальной инновационной системы Российской Федерации

Национальная инновационная система (НИС) Российской Федерации в качестве неперемного условия своего развития предполагает создание на территории страны зон инновационного развития, в которых концентрируются мобильные высококвалифицированные кадры, для нормальной жизни и работы которых должна быть создана комфортная среда. К тому же ключевым фактором развития НИС становится доступность рынков информации и финансов, а потому – плотность контактов, коммуникационная близость центров принятия решений. Таким образом, развитие российской НИС должно осуществляться на базе региональных модулей, что требует федерального вмешательства в региональное развитие, в том числе необходима:

– разработка и реализация программ развития закрытых территориальных образований, их эффективной интеграции в экономическую и социальную жизнь территорий;

– государственная поддержка наукоградов, число которых достигло в Российской Федерации семи, а также размещение по территории России центров трансферта технологий (На данный момент государственная поддержка наукоградов составляет более 600 миллионов рублей в год) ;

– определение мест размещения в регионах Российской Федерации высших учебных заведений, выполняющих функцию исследовательских университетов, проводящих фундаментальные исследования на приоритетные для государства направления развития науки и технологий и обеспечивающие интеграцию научной и образовательной деятельности.

– создание на территории Российской Федерации особых экономических зон (технико-внедренческих и промышленно-производственных).

3. Создание условий для модернизации промышленности, поддержка и развитие конкурентоспособных экономических (производственных, территориальных) кластеров

Основными задачами развития промышленности в регионах РФ являются:

- наращивание потенциала расширенного воспроизводства в отраслях промышленности;

- повышение конкурентоспособности российской промышленной продукции на внутренних и внешних рынках;

- диверсификация промышленности, опережающее развитие отраслей промышленности, производящих продукцию с более высокой долей добавленной стоимости;

- приоритетное развитие высокотехнологичных и наукоемких отраслей, значительное увеличение доли инновационной продукции в общем объеме промышленного производства;

- наращивание темпов импортозамещения;

- создание благоприятных условий для развития частного предпринимательства в сфере материального производства;

Кластерная политика характеризуется тем, что центральное внимание уделяется укреплению сетей взаимосвязей между экономическими субъектами – участниками кластера, в целях упрощения доступа к новым технологиям, распределению рисков в различных формах совместной экономической деятельности, в том числе, совместного выхода на внешние рынки, организации совместных НИОКР, совместного использования знаний и основных фондов, ускорения процессов обучения за счет концентрации и физических контактов специалистов мирового уровня, снижения транзакционных издержек в различных областях за счет увеличения доверия между участниками кластера.

В Российской Федерации элементы кластерной политики заложены в Концепции долгосрочного социально-экономического развития до 2030г. С 2010 года реализуются меры государственной поддержки центров кластерного развития.

4. Создание системы управления человеческими ресурсами. Повышение мобильности населения, обеспечение эффективного миграционного баланса в стране. Развитие региональной занятости населения.

Повышение пространственной и квалификационной мобильности населения ставит ряд новых вопросов перед российскими регионами. Прежде всего, это вопросы о согласовании демографического, трудового и миграционного балансов, о формировании городской (поселенческой) среды, делающей российские регионы привлекательными для жизни и работы.

В стране в условиях неминуемого естественного роста мобильности населения должна быть сформирована новая система управления человеческими ресурсами как один из главных инструментов регионального развития.

Решение проблемы выравнивания ситуации с занятостью в регионах предполагает реализацию комплекса мер, как в экономической, так и в социально-трудовой сфере:

1. Выработка региональной политики в сфере занятости, учитывающей особенности территориального развития.

2. Повышение качества рабочей силы и конкурентоспособности граждан на рынке труда, обеспечение отраслей экономики рабочими и специалистами, имеющими профессии (специальности) и квалификацию и пользующиеся спросом на рынке труда.

Для любого федеративного государства, особенно такого как Российская Федерация, региональная политика является одним из основных предметов деятельности государства, по сути главным способом регулирования экономического развития своих территорий, поэтому возникает необходимость формирования концептуально новой комплексной и последовательной региональной политики с правильным выявлением проблем регионального развития, причин их возникновения и формирование ценностей политики регионов, целей и задач и соответственно планомерная их реализация.

Библиографический список

1. Андреев А. В. Региональная экономика: учебник для вузов/А. В. Андреев.- СПб: Питер, 2012. – 464 с.

2. Кистанов В.В. Региональная экономика России: Учебник / В.В. Кистанов, Н.В. Копылов.- М.: Финансы и статистика, 2011. – 584 с.

3. Мелентьев Б.В. Региональная экономическая политика (курс лекций) / под ред. В.Ю. Малова. – Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН, 2014. – 348 с.

4. Туровский, Р.Ф. Политическая Регионалистика [Текст] / Р.Ф. Туровский. – М.: Издательство ГУ-ВШЭ, 2010. – 234 с.

5. Фетисов Г.Г. Региональная экономика и управление: учебник/ Г.Г. Фетисов, В.П. Орешин. – М.: ИНФРА-М, 2012. — 416 с.

***Романова В.И.
Федорова К.А.
г. Челябинск***

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Менеджмент – это особый тип управления. В экономической литературе известно много определений менеджмента.

Различают менеджмент в широком и узком смыслах этого слова. В широком смысле менеджмент – это управление фирмой в условиях рыночной экономики, в котором участвуют ее собственники, предприниматели, профессиональные менеджеры, работники. В узком смысле менеджмент включает только деятельность профессиональных менеджеров по планированию, организации, мотивации, контролю деятельности фирмы и ее персонала [5].

При всех различиях в понимании менеджмента общим является то, что он связан с людьми. Это положение подтверждают следующие определения: менеджмент – процесс, посредством которого группа сотрудничающих людей направляет свои действия к общим целям. Менеджмент – это умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения других людей.

В России слово "менеджмент" как управление в условиях рыночной экономики является новым термином, сущность которого отличается от традиционного управления централизованной командно- административной системы, которая функционировала в

России весь советский период (закрытость хозяйственного комплекса страны и ориентацией на народнохозяйственную эффективность, крайняя политизация, вызвавшая монополизацию и концентрацию производства, централизация и бюрократизацией управления и т.д.)

В новой парадигме управления в российском менеджменте развиваются такие процессы, как:

1. Интеграция хозяйства России в мировую экономику.
2. Формирование и функционирование рыночных хозяйственных субъектов как открытых систем.
3. Гибкое сочетание методов государственного управления и рыночного регулирования.
4. Использование рыночных и административных методов управления предприятиями различных направлений деятельности и форм собственности.

Российское предприятие, становясь самостоятельным объектом товарно-денежных отношений, полностью отвечающим за результаты своей хозяйственной деятельности, должно сформировать у себя систему эффективного управления (менеджмента), который смог бы позволить предприятию добиться конкурентоспособного и устойчивого положения на рынке.

Международный менеджмент - вид деятельности, направленный на получение конкурентных преимуществ компании за счет ее способности активно использовать возможности мирового рынка, определяемые национальными особенностями разных стран (политические, экономические, социальные, демографические, культурные и др.).

Международный менеджмент характеризуется рядом принципиально новых по сравнению с российским менеджментом особенностей.

1. Менеджер или руководитель.

Эти два термина настолько часто употребляются вместе, что многие российские руководители считают их абсолютными синонимами. Однако это не так. На западе понятие менеджера (manager) несколько шире. Если в России руководитель - это человек, который в первую очередь распоряжается людскими ресурсами, и иногда использует финансовые (премия), технические (транспорт, оборудование), информацию, то на западе же все эти ресурсы менеджера (денежные фонды, информация, оборудование, материалы, рабочая сила) считаются одинаково ценными. И менеджера от простого работника, как правило, отличает не наличие подчиненных, а уровень принимаемого решения: насколько принимаемые решения сказываются на прибыли компании.

2. Реактивность (Отсутствие проактивности).

Авторы теории проактивности понимали под проактивностью наличие у каждого человека стремления самому вершить свою судьбу наперекор внешним условиям.

На Западе, в отличие от России, наличие у человека амбиций рассматривается как обязательное условие. Амбиций, как желания достичь чего-то большего по сравнению с тем, что имеешь сейчас. Там слово “амбиции” имеет ярко выраженный положительный смысл.

3. Внешняя направленность.

Иностранцы стараются быть направленным на успех и достижения. Поэтому для них внутренняя атмосфера в коллективе, моральный дух, являются средством, а не целью. Поскольку работа для них является только способом получения средств для отдыха, развития и семейного счастья.

Иное дело – российский гражданин, для которого работа может быть целью, а отдых после работы только способом набраться сил для работы.

Фонс Тромпенаарс (Fons Trompenaars) в своем исследовании пишет, что русские верят, будто “надо жить так, как тебе удобнее, даже если ничего не достигаешь”.

4. Доносительство на самого себя.

В западных компаниях существует обязательное правило общения с руководством, для получения так называемой обратной связи. Это означает, что как минимум раз в

несколько лет (во многих компаниях раз в год) каждый сотрудник пишет на самого себя описание собственных достижений (appraisal form), и это описание подробно обсуждается между руководителем и подчиненным. В России такая процедура называется аттестацией и проводится практически всегда формально.

В западных же компаниях этой процедуре придается огромное значение.

И это правило западных компаний можно только приветствовать, поскольку оно позволяет наладить регулярное общение между руководителем и подчиненным и позволяет даже самому нерешительному из сотрудников рассказать о своих достижениях руководителю.

5. Отношение к неудачам.

В западном менеджменте с целью повышения производительности труда чаще используется метод напряженных планов, предусматривающих некоторые трудности. При таком подходе в план закладываются заведомо нереальные показатели. Но эти показатели таковы, что большинству могут показаться реальными (планы, выполнение которых требует серьезного напряжения сил). Главная задача такого планирования – мотивационная. Цель - заставить большинство сотрудников работать напряженно, стремясь выполнить плановые показатели.

В российском же менеджменте отношение к неудачам можно описать следующим выражением стратегии компании: “Надо надеяться на лучшее, а готовиться к худшему”.

6. Письменное делегирование обязанностей.

В любой западной компании права и обязанности менеджеров различного уровня письменно закрепляются в специальном документе, называемом “duties and responsibilities” – права и обязанности.

Такое разграничение полномочий позволяет руководителю, во-первых, передать часть своих обязанностей и прав на нижележащий уровень и освободить свое время и силы для наиболее важных дел и решений, во-вторых, разграничить ответственность за действия и ответственность за руководство.

В Российских предприятиях такое делегирование полномочий производится или на основании существующих государственных документов (например, положения о главном бухгалтере) или на основе устной договоренности. Такому делегированию несколько мешает положение российского законодательства, согласно которому за все вопросы на предприятии отвечает руководитель.

7. Стремление к росту.

Чтобы стимулировать энтузиазм и повышать зарплату наиболее достойным сотрудникам регулярно (как правило, один раз в год) в иностранных компаниях проводятся аттестации сотрудников по множеству параметров. Каждый из параметров (положительные и отрицательные стороны сотрудника) подробно обсуждается с сотрудником для того чтобы прийти к общему мнению.

Особо ценятся такие свойства, как: организованность, целеустремленность, работоспособность, умение организовать работу подчиненных, стремление учиться, желание перейти на новый участок работы и получить новый опыт. Важным условием для работы в иностранной компании является умение работать в команде. Иностранные компании уделяют огромное значение развитию командного духа, умению работать в коллективе, тому, что на западе называется “Team building” или “Team spirit”. Проводятся коллективные игры с самыми разнообразными целями. Устраиваются совместные мероприятия (как спортивные, так и вечеринки).

Российские компании ценят работоспособность, умение найти подход к различным людям и сообразительность. Коллективное мышление или корпоративный дух только начинают внедряться в работу компаний.

8. Стиль руководства.

В каждой компании стиль руководства менеджеров компании определяется самим руководством компании. Обязательными условиями являются желание добиться

большого, работоспособность, умение вести переговоры один на один, умение выступать перед коллективом, уважение ценностей компании и умение работать в команде. Остальные требования могут зависеть от конкретного руководства компании.

В российских компаниях стиль руководства, почти всегда жесткий и авторитарный. Начиная от обсуждения возникшей проблемы и заканчивая реализацией принятых руководством решений.

Воздействие факторов внешней и внутренней среды придало российскому менеджменту специфические черты. Россия сейчас находится в положении «догоняющего» и вынуждена идти революционным путем к освоению методов современного менеджмента.

Российские менеджеры должны не только изучать науку и практику менеджмента, но и знать суть западной и восточных культур. Без этого невозможно совершенствовать собственный стиль руководства, повышать имидж, создавать условия для повышения конкурентоспособности предприятия.

Библиографический список

1. Антонова, Н.В. Психология управления. – М.: Высшая школа экономики, 2010. – 272 с.
2. Афоночкин, А.И. Основы менеджмента: учебное пособие для вузов по специальности «Менеджмент организации».-М.: Дашков и К°, 2007.-527с.
3. Бахрамов, Ю.М., Глухов, В.В. Финансовый менеджмент. – СПб.: Питер, 2011. – 496 с.
4. Зиновьев, В.А., Зиновьева И.В. Менеджмент: учебное пособие. - М.: Дашков и К°, 2010. - 477 с.
5. Маслова, Е.Л. Менеджмент: Учебник для бакалавров.- М.: Дашков и К, 2015. - 336 с.

***Романова В.И.
Федорова К.А.
г. Челябинск***

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ТРУДА В РАЗЛИЧНЫЕ ИСТОРИЧЕСКИЕ ПЕРИОДЫ

Рыночная экономика является самой распространённой экономической системой в мире на рубеже XX-XXI вв. и самой эффективной с точки зрения долгосрочного экономического развития, в которой фундаментальные экономические проблемы - что, как и для кого производить - решаются главным образом через рынок, в центре которого находится конкурентный механизм формирования цен на продукты и факторы производства. В этой системе своё место занимает рынок одного из основных факторов производства - труда. Рынок труда, прежде всего, является механизмом согласования интересов лиц, работающих по найму, и работодателей. Кроме того, на рынке труда проявляются интересы государства, обусловленные необходимостью управления социальными отношениями [1, с.362]. Согласно определению Международной организации труда, которого придерживаются многие зарубежные профсоюзы и специалисты по труду, рынок труда - это сфера, где предприниматели и трудящиеся совместно ведут переговоры, коллективные или индивидуальные, относительно заработной платы и условий труда [2, с.201].

В разные исторические периоды России рынок труда, являясь наиболее приближенным к человеку и затрагивающим интересы как отдельно взятых граждан, так и профессиональных, социальных групп, наиболее чутко реагировал на малейшие изменения как в сторону ухудшения, так и в сторону улучшения экономической ситуации.

Так, формирование рынка труда в России в пореформенный период, могло осуществляться только при наличии целого ряда необходимых взаимосвязанных условий.

Данный период можно охарактеризовать как период выделения предпосылок функционирования рынка.

С начала восьмидесятых годов девятнадцатого столетия и по первую революцию 1905-1907 годов российский рынок труда приобретает новое качество и становится конкурентным рынком труда, что предполагает наличие и взаимосвязь целого ряда условий своего существования и функционирования. Основными из них можно назвать множественность независимых субъектов, представляющих сторону спроса и предложения на рынке труда; преобладание рыночной мотивации поведения экономических субъектов на рынке труда; наличие экономической свободы; высокая степень потенциальной мобильности субъектов на рынке труда.

Новое качество в развитии рынка труда на этом этапе выражается, прежде всего, в изменении характеристик предъявляемого работодателями спроса на труд, а также предложения труда. Как со стороны спроса, так и со стороны предложения появляются новые требования, и, если работодатель повышает требования к уровню образования и квалификации работника, то и работник уже начинает «выбирать» работодателя. На смену чисто количественным характеристикам высвобождения свободных рабочих рук из сельского хозяйства, готовых участвовать в процессе промышленного производства, и увеличения спроса на наемный труд со стороны работодателей, приходят качественные критерии выбора каждого из субъектов рынка труда. В этот промежуток времени начинают создаваться и развиваться организации работодателей и работников. Каждая из сторон рынка труда приобретает организованный характер, следовательно осознает всю важность в своей общности при отстаивании своих прав и защите интересов.

Важное отличие этого этапа формирования рынка труда, которое дает основание рассматривать данный период как период развития рынка труда - это выход и участие на рынке труда третьей силы – государства, которое принимает на себя функцию арбитра, главной его функцией на рынке труда становится определение правил регулирования интересов работодателей и работников. Рынок труда складывается как система общественных отношений, отражающих уровень развития и достигнутый на данный период баланс интересов между участвующими на рынке труда силами: предпринимателями, работниками и государством. Организационной формой выражения таких интересов на рынке труда выступают союзы, общества работодателей, с одной стороны, и организации, союзы работников, с другой. Механизм регулирования рынка труда со стороны государства как свод нормативных актов, которыми руководствуются работодатели и работники, создается именно в этот промежуток времени.

В 2007 году мировая экономика вступила в полосу мощного финансового кризиса, который не обошел стороной в том числе и Россию.

Выделим следующие особенности развития рынка труда в России во время кризиса и после него:

1. Рост безработицы. Общая численность безработных в России в августе 2009г. увеличилась на 38,6% по сравнению с августом 2008 г. При этом в январе-августе 2009 г. по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. численность безработных россиян выросла на 42,5%. Реальная безработица, по данным Росстата, почти в три раза выше - 6,4 млн человек, или 8,5% экономически активного населения страны.

2. Изменение распределения рабочей силы по секторам экономики - значительным потребителем рабочей силы стал частный сектор экономики. Относительно широкое распространение получила вторичная занятость, возникло немало рабочих мест, не требующих особой квалификации. При этом крупные промышленные предприятия сталкиваются с большими трудностями на пути поиска оптимальной численности работников, повышение эффективности их использования.

3. Трудовой потенциал общества используется все менее эффективно: объем производства сократился в гораздо большей степени, чем численность занятых, существовавший и ранее на многих предприятиях, избыток рабочей силы стал еще более очевиден.

4. Неполная занятость, обусловленная не ее гибкостью, а простоями предприятий: 3,7 млн. человек (8,6% работающих) имеют неполный рабочий день (неделю), 4,2 млн. (9,7%) - находились в вынужденных отпусках.

5. Глубокая территориальная дифференциация занятости - до 10 раз различается уровень безработицы в экономически активных и депрессивных регионах, что объясняется степенью деловой активности в регионах.

6. Существенные различия между общей численностью и официально регистрируемой численностью безработных.

7. Финансово-банковская, торгово-посредническая сфера, а также сферы государственного управления имеют уже сложившийся сегмент рынка труда, который характеризуется высоким уровнем монополизации, высокими требованиями к квалификации работников и высоким уровнем заработной платы.

Современная ситуация на рынке труда не является оптимистичной. В настоящее время страна переживает кризис 2014-2015 г.г., вызванный резким спадом мировых цен на энергоресурсы, продажа которых составляет значительную часть бюджета страны, а также введением экономических санкций в отношении России. Слабая динамика экономического роста и внешнеэкономические условия ведут к существенному охлаждению рынка труда. Вызовы со стороны эффективности труда, качества трудовых ресурсов и потребности в них оказывают давление на занятость, краткосрочный и среднесрочный спрос на труд. Усиление негативных процессов на рынке и структуризация в отдельных видах деятельности приведут к развороту тренда общей численности безработных от его снижения к повышению. Так, в течение следующего года ожидается рост уровня безработицы, по базовому сценарию - до 5,6% к концу 2015 г., по пессимистическому - до 5,8% [3].

Таким образом, рынок труда становится более активным в условиях экономического роста и, наоборот, кризисные явления в экономике предопределяют остановку производства и увеличение количества безработных, то есть уменьшение уровня занятости населения. В этой связи, в основе оптимизации ситуации на рынке труда и, как следствие, увеличения занятости лежит оживление экономики, что связано с ее способностью противостоять негативным воздействиям внешних и внутренних факторов.

Библиографический список

1. Генкин Б.М. Экономика и социология труда: учеб. для вузов. – 7-е изд. – М.: Норма, 2007. – С. 386.
2. Журавлева Г.П. Экономика: учебник. – М.: Экономистъ, 2005. – С. 201.
3. Горелова Е. Рынок труда 2015г.: три подушки безопасности // Ведомости. - 2014. - № 3746. - С. 23.
4. Борисов Е.Ф. Экономическая теория: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт-Издат, 2005. – С.312.
5. Булатов А.С. Экономика: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. А.С. Булатова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2008. – С.280.
6. Копелюшников Р.И. Конец российской модели рынка труда? Статья первая. Взгляд из недавнего прошлого // Какой рынок труда нужен российской экономике? Перспективы реформирования трудовых отношений. - М.: ОГИ, 2003. - с. 11-34.
7. Кулешов В.В. Мировой финансовый кризис и его последствия для России // ЭКО. – 2009. – №1. – С. 2-13.

***Рощектаев С. С.
Базавлуцкая Л.М.
г. Челябинск***

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ МАРКЕТИНГА. ВИДЫ МАРКЕТИНГА В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СПРОСА

Маркетинг является одной из основных направляющих для профессиональных деятелей рынка, таких, как розничные торговцы, работники рекламы, исследователи маркетинга, заведующие производством новых и марочных товаров и т. п. Им нужно знать, как описать рынок и разбить его на сегменты; как оценить нужды, запросы и предпочтения потребителей в рамках целевого рынка; как сконструировать и испытать товар с нужными для этого рынка потребительскими свойствами; как посредством цены донести до потребителя идею ценности товара; как выбрать умелых посредников, чтобы товар оказался широкодоступным и хорошо представленным; как рекламировать и продвигать товар, чтобы потребители знали его и хотели приобрести. Профессиональный деятель рынка должен, без сомнения, обладать обширным набором знаний и умений.

Маркетинг быстро завоевал прочные позиции во всем мире, где функционировала рыночная экономика. Существует большое число научно-практических публикаций по маркетингу, ведущие университеты всего мира выпускают тысячи специалистов по маркетингу. Существует множество маркетинговых служб, маркетинговых и консалтинговых фирм. На маркетинг ежегодно во всех развитых странах тратятся миллиарды долларов, большинство предпринимателей понимают, что экономия на маркетинге обернется неисчислимыми убытками. Основная масса предпринимателей и менеджеров считают, что маркетинг органически неотделим от бизнеса и незаменим в условиях конкуренции.

С одной стороны, маркетинг — это концепция, которая заключается в том, чтобы "предвидеть, идентифицировать и с пользой для производителя удовлетворять потребности покупателей".

С другой стороны, маркетинг — это практический инструмент, позволяющий "производить то, что надо, там, где надо, когда надо и по цене, какой надо" и включающий в себя определенные виды деятельности и методы.

Каждая фирма в соответствии с тем, каким видом бизнеса занимается, разрабатывает собственный маркетинговый комплекс, т. е. тот набор инструментов маркетинга, который позволит ей с наибольшей эффективностью решать и свои задачи, и проблемы клиентов.

Маркетинг, так же, является социальным и управленческим процессом, с помощью которого отдельные лица и группы лиц удовлетворяют свои нужды и потребности посредством создания товаров и потребительских ценностей и обмена ими друг с другом.

Выделяют следующие виды маркетинга:

1. Конверсионный маркетинг. Применяется при отрицательном или негативном спросе. Рынок находится в состоянии отрицательного спроса, если большая часть потенциальных потребителей недолгоблуживает товар и согласна на определенные издержки, лишь бы избежать его покупки.

Причины отрицательного спроса: вредность товара для здоровья, неприятные ощущения при потреблении товара, товар вышел из моды, отрицательный имидж фирмы-производителя товара.

Задача маркетинга - проанализировать, почему рынок испытывает неприязнь к товару и может ли план, программа маркетинга изменить негативное отношение рынка переделкой товара, снижением цен, более активным стимулированием и рекламой.

2. Стимулирующий маркетинг. Применяется в условиях отсутствия спроса. В данном случае потребители могут быть не заинтересованы в товаре или безразличны к нему.

Причины отсутствия спроса: отсутствие информации, новизна изделия, несоответствие рынка сбыта, потеря ценности товара.

Задача маркетинга - выявление способов увязки присущих товару выгод с естественными интересами и потребностями человека.

3. Ремаркетинг. Применяется при снижающемся спросе.

Причины: снижение качества товара, появление товаров-заменителей, снижение престижности товара, моральное старение товара.

Задача маркетинга - проанализировать причины падения спроса, оценить перспективы восстановления спроса, разработать комплекс мероприятий, направленных на оживление спроса.

4. Развивающийся маркетинг. Применяется при скрытом спросе, который имеет место при возникновении у потребителя желания, которое невозможно удовлетворить с помощью имеющихся на рынке товаров и услуг.

Задача маркетинга - своевременно выявить спрос, оценить величину потенциального рынка и создать эффективные товары и услуги на новом качественном уровне, способные удовлетворить спрос, то есть превратить его из потенциального в реальный.

5. Синхромаркетинг. Применяется при нерегулярном или колеблющемся спросе. В этом случае сбыт колеблется на сезонной, ежедневной и почасовой основе.

Задача маркетинга - изыскать способы сгладить колебания в распределении спроса во времени с помощью гибких цен.

6. Поддерживающий маркетинг. Применяется при полноценном спросе. В этом случае спрос полностью соответствует возможностям фирмы, которая удовлетворена своим торговым оборотом.

Задача маркетинга - поддерживать существующий уровень спроса возможно дольше, несмотря на меняющиеся потребительские предпочтения и усиливающуюся конкуренцию.

Средства поддержания спроса: политика цен, модернизация товара, изменение условий продажи, реклама, проверка целесообразности издержек на маркетинговые операции.

7. Демаркетинг. Применяется при чрезмерном спросе. В этом случае уровень спроса постоянно и существенно выше, чем фирма может удовлетворить.

Задача маркетинга - снизить спрос до разумных пределов.

Методы: увеличение цен, сокращение или прекращение рекламы, выдача лицензий другим фирмам.

8. Противодействующий маркетинг. Применяется при иррациональном спросе, который создает угрозу благополучию общества в целом или безопасности отдельных его индивидов (алкоголь, табак, оружие).

Задача маркетинга - ликвидировать или максимально снизить спрос.

Методы: повышение цен, запрет или ограничение рекламы, антиреклама, ограничение доступа товара, формирование общественного мнения, негативного по отношению к потребителям данного товара.

Библиографический список

1. Аакер Д., В. Кумар, Дж. Дэй «Маркетинговые исследования» Питер, 2013.
2. Виноградова С. В., Маркина Н. В., Юдникова Е. С., Яненко М. Б. «Маркетинг торгового предприятия» Питер, 2015.
3. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования. - М.: «Финпресс», 2014.
4. Завгородняя А.В., Ямпольская Д.О. »Маркетинговое планирование». - СПб: Питер. 2012.
5. Котлер Ф. «Основы маркетинга», М., Прогресс, 2013.
6. Титова Н. Е., Кожаев Ю. П. «Маркетинг» Владос, М 2013.

НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И УСЛОВИЯ ЕЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ

В связи с происходящими изменениями в международной обстановке - распространением оружия массового поражения, усложнением развития человечества, появлением новых опасных заболеваний, международным терроризмом в настоящее время одним из важнейших понятий является «национальная безопасность». Применение компьютеров, высоких технологий, глобализация финансовых рынков привели к ускорению товарно-денежного обращения, увеличению масштабов перелива капитала. Поэтому наиболее остро встает проблема обеспечения экономической безопасности государства и практических шагов в этом направлении. Данная тема была интересна многим ученым, поэтому она также заинтересовала и нас.

Под национальной экономической безопасностью понимают защищенность экономики страны от внутренних и внешних неблагоприятных факторов, которые нарушают нормальное функционирование экономики, подрывают достигнутый уровень жизни населения.

Одной из главных угроз национальной экономической стабильности и безопасности является международный терроризм. Международный терроризм – активная разрушительная сила, широко использующая финансовую и организационную поддержку извне. Борьба с международным терроризмом требует укрепления межгосударственного сотрудничества, развития как военно-политической, так и военно-экономической интеграции.

Как отмечает Ю. В. Латов, за последние полтора столетия сформировались три основных подхода экономистов-теоретиков к тому, что следует считать главной угрозой национальной экономике и как с ней бороться:

1) камералистская концепция защиты внешнеэкономической безопасности (существует с середины XIX в.), позже возрожденная леворадикальными экономистами (последняя треть XX в.);

2) кейнсианская концепция защиты от внутренних макроэкономических угроз (вторая треть XX в.)

3) институциональная концепция защиты от административных барьеров (конец XX в.). [1]

В виду новизны этих подходов к пониманию национальной экономической безопасности следует остановиться на концепции, сформулированной еще в 1930-е гг. английским экономистом Дж. Кейнсом. Он считал, что главной угрозой национальной экономике является не конкуренция иностранных товаров, а безработица и экономическая депрессия. Следовательно, необходимо, чтобы государство управляло хозяйственной деятельностью через государственные заказы и субсидии, а также посредством регулирования денежного рынка и даже прямого административного (институционального) контроля над конкуренцией. [2]

Национальная экономическая безопасность основана на таких основных принципах, как:

- независимость национальной экономики. По причине все большего вовлечения национальных экономик в мировую этот принцип может быть выполнен только относительно — необходимо достижение состояния относительной независимости национальной экономики. Задача государства заключается в том, чтобы сформировать такой уровень развития национальной экономики, который позволяет ей занять конкурентные и равные позиции в мировом хозяйстве;

- стабильность национальной экономики. Государство должно создать устойчивый рост национальной экономики, исключая социальные потрясения, усиление роли криминальных структур и создающий режим безопасности для каждого гражданина;

- устойчивые темпы роста национальной экономики. В современных условиях только постоянный и устойчивый рост может обеспечить приемлемый уровень экономической безопасности, включающий совершенствование производства, профессионализма каждого человека.

Одним из основополагающих показателей экономической безопасности страны является валовой внутренний продукт – совокупная стоимость конечных товаров и услуг, произведенных на территории за определенный период времени. Особую остроту приобретает вопрос криминализации общества. [3]

Разрешение проблемы обеспечения экономической безопасности является одной из важнейших задач государства. Ведь само понятие экономической безопасности предполагает состояние защищенности экономических и социальных интересов граждан. А обеспечение таковой защищенности есть основная функция государства. Несомненно, главным условием обеспечения национальной экономической безопасности является национальный интерес граждан государства — совокупность взаимосвязанных и уравновешенных между собой интересов государства, общества и индивидуума.

Библиографический список

1. Латов, Ю. В. Российская теневая экономика в контексте национальной экономической безопасности / Ю. В. Латов // Материалы Интернет- конференции «Россия: варианты институционального развития», г. Москва, 25 окт.– 15 дек. 2006 г. М. : Гос. ун-т — Высш. шк. экономики, 2006.

2. Ким Н. В. Национальная экономическая безопасность: проблемы и оценка [Электронный ресурс]: // Вестник Челябинского государственного университета, 2013. №32 URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnaya-ekonomicheskaya-bezopasnost-problemy-i-otsenka>

3. Гордиенко Д.В. Основы экономической безопасности государства [Электронный ресурс]: // Москва. 2009. URL: <http://csef.ru/media/articles/963/963.pdf>

***Семенова Д.О.
Базавлуцкая Л.М.
г. Челябинск***

МЕНЕДЖЕРИСТСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В МАРКЕТИНГЕ

Современный этап развития нашей страны (последние 12 лет) отличается динамизмом и качественными изменениями во всех сферах общественной жизни. Процесс радикализации, обновления затронул все без исключения политические, экономические и социальные институты. В период перехода народного хозяйства страны к рыночной экономике, когда многие производственные предприятия, объединения, концерны и другие организации стали независимыми, нормальное их функционирование в подобных экономических условиях практически невозможно без хорошо организованной комплексной маркетинговой деятельности.

Маркетинг затрагивает интересы каждого из нас в любой день нашей жизни. Мы просыпаемся, когда стереосистема «Сони» включаются на песнях современной эстрады. В ванной мы чистим зубы пастой «Колгейт», бреемся бритвой «Жиллетт», освежаем рот антисептиком «Листерин», опрыскиваем волосы лаком «Тафт» и пользуемся множеством других туалетных принадлежностей и приспособлений, произведенных в разных частях света. Мы надеваем джинсы «Кальвин Клейн». На кухне мы выпиваем стакан

апельсинового сока «Тонус». Через некоторое время мы выпиваем чашечку кофе «Максвелл-хаус» с двумя чайными ложками сахарного песка «Домино». Мы покупаем апельсины, выращенные в Калифорнии, кофе, импортированный из Бразилии, газету изготовленную из канадской древесины, а новости доходят до нас аж из далекой Австралии.

Все это стало возможным благодаря системе маркетинга, причем с минимальными усилиями с нашей стороны. Она обеспечила нам уровень жизни, о котором наши предшественники могли только мечтать [4].

Маркетинг - это удивительное сочетание строгой науки и виртуозного искусства эффективной работы на рынке. Маркетинг очень молод (ему еще нет и ста лет), но это не означает, что методы разработаны лишь в последние десятилетия - некоторые из них существовали с незапамятных времен: реклама, известная едва ли не столько же, сколько существует человек; попытки продвижения товаров на рынок, возникшие вместе с товаром; исследования покупателя, появившиеся вместе с первым покупателем. Но все эти методы были разрознены, существовали и развивались сами по себе. До поры до времени. А потом бурное развитие рыночных отношений, подкрепленное взрывом научно-технического прогресса, перевернуло неторопливое течение времени. Рынок и породил новое течение в науке управления – маркетинг [1].

Этот термин впервые появился в 1902 году в США, а спустя 20 лет его уже использовали во многих странах мира. Однако наибольшее развитие маркетинг получает во второй половине XX века. Причины этого таятся как во внешних, так и во внутренних факторах:

- возросший уровень жизни и уровень располагаемого дохода;
- изменившиеся социальные стандарты, в первую очередь, в образовании, культуре и пристрастиях (хобби);
- улучшенные дороги и транспортные средства, позволившие людям путешествовать и привозить с собой не только новые товары, но и новые впечатления и потребности;
- увеличившееся свободное время.
- В связи с этими обстоятельствами деловые люди и руководители компаний нашли для себя целесообразным прибегнуть к тому, что сейчас называется маркетинговыми процедурами, а именно:
 - к выявлению и оценке желаний и нужд потребителей;
 - разработке и выпуску новых товаров и услуг, способных удовлетворять потребительские нужды;
 - побуждению потребителя покупать именно эти, а не другие продукты;
 - осуществлению контроля над теми усилиями, событиями и процессами, которые служат к обоюдному удовлетворению потребителя и производителя (продавца).

К настоящему времени можно насчитать огромное множество самых различных определений маркетинга, что в какой-то мере отражает этапы его развития, а также основную концепцию, состоящую в том, что любая современная организация может и должна достигать своих целей только на пути удовлетворения желаний клиента более умело и эффективно, чем это делают конкуренты. Эти определения подчас достаточно красочны и афористичны.

Маркетинговая концепция - это сравнительно новый в историческом смысле подход к организации предпринимательской деятельности. Ее появление обусловлено рядом причин: во-первых, удовлетворением спроса и насыщением рынка по большинству товаров: во-вторых, усилением конкурентной борьбы, которую еще более обострил научно-технический прогресс, коренным образом изменивший материально-техническую базу современного производства, расширивший его возможности по выпуску новых товаров. Чтобы обеспечить успех своему предприятию, производитель должен был

сначала изучить рынок, а затем уже наладить выпуск товара, соответствующего требованиям этого рынка.

Сетевой маркетинг - это *маркетинговая концепция*, предполагающая создание сетевой (многоуровневой) организации, призванной продвигать товары и услуги от производителя к потребителю, используя прямой контакт человека с человеком.

Менеджеристский маркетинг предполагает главенство *маркетинговой концепции*. В управлении фирмой и выдвигание маркетинговой службы на уровень менеджеров высшего звена управления, когда центральная служба по маркетингу возглавляется, например, вице-президентом фирмы, который координирует всю ее работу. Менеджеристский вид маркетинга предполагает также усиление активной его стороны, т.е. направлен не только на изучение рынка и рыночной среды и адаптацию к ним производимых товаров и услуг, но и на формирование рынка и запросов потребителей согласно маркетинговой стратегии фирмы.

Если присутствие компонента прибыль в *маркетинговой концепции* вполне понятно в условиях рыночной экономики, то другое обязательное условие - удовлетворение потребностей пользователей не всегда осознается до конца. Существует достаточное количество примеров, когда превосходные ПП не были приняты пользователями на рынке из-за того, что не соответствовали возможностям, пониманию, зрелости и подготовке потенциальных пользователей.

Все большее распространение в управлении получает *маркетинговая концепция менеджмента*, согласно которой маркетинг рассматривается в двух аспектах: как система управления и как функция управления.

Некоторые ученые подвергают сомнению универсальный характер *маркетинговой концепции* и поднимают важные проблемы, касающиеся ее значения.

Следует, однако, признать, что *маркетинговая концепция* имеет свои ограничения. Ее не следует воспринимать как идеологию; необходимо принимать во внимание как общественные, так и личностные проявления этой концепции, а также ограниченность маркетинговых исследований как средства, определяющего разработку принципиально новых товаров.

При этом следует всегда помнить, что *маркетинговая концепция* может быть разработана только после определения стратегии поведения предприятия на рынке. В то же время цели и стратегия предприятия не могут быть разработаны без проведения соответствующих маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования определяют, как занять позицию на рынке, какими путями и методами можно достигнуть и удержать конкурентные преимущества предприятия, обеспечивающие достижение его целей.

Библиографический список

1. Аакер, Д. Маркетинговые исследования [Текст]. 7-е издание / Д. Аакер, В. Кумар, Дж. Дэй. Пер. с англ. под ред. С. Божук. - СПб.: Питер, 2010. - 848с.
2. Алешина, И.В. Поведение потребителей [Текст]. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2010. - 384с.
3. Армстронг, Г. Введение в маркетинг [Текст] / Г. Армстронг, Ф. Котлер. - М.: Вильямс, 2010. - 640с.
4. Ванифатова, М.М. Системы маркетинговой информации: современные мировые тенденции развития и особенности российского рынка [Текст] / М.М. Ванифатова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. - №1. - С. 56 – 67.
5. Голубков, А.Н. Маркетинг: стратегии, планы, структура [Текст] / А.Н. Голубков. - М.: Дело, 2011. - 456 с.
6. Гончарова, Н.П. Маркетинг инновационного процесса [Текст] / Н.П. Гончарова, П.Г. Перерва. - Калининград, 2011. - 267с.
7. Диксон Питер, Р. Управление маркетингом [Текст]: пер. с англ. / Р. Питер Диксон - М.: Бином, 2013. - 560с.

К ВОПРОСУ О КОРПОРАТИВНОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Социальные проблемы - вопросы, которые прямо или косвенно влияют на человека и являются серьёзными проблемами, требующими коллективных усилий по их преодолению. Изучение вопросов развития и ведения малого бизнеса актуально в сложившееся время, не только как широкое поле предпринимательской активности массе населения, но и как способ решения социальных проблем общества.

Органы власти периодически высказываются о наиболее важных социальных проблемах, устанавливая приоритеты их решения. Сейчас в списке особо важных проблем находятся: бедность, коррупция, алкоголизм, вымирание населения, распространение наркотиков, безработица, низкий уровень жизни населения, проблема экологии [3]. Бедность населения в этом списке лидирует и является одной из причин распространения других социальных проблем. Малый бизнес может решить некоторые из этих проблем, но и он нуждается в развитии и поддержке. В связи с тем, что роль бизнеса в развитии общества возрастает, повышаются требования к открытости в деловой сфере. Компании осознают, что ведение успешной предпринимательской деятельности, функционируя в изолированном пространстве невозможно. Поэтому в стратегию развития бизнеса входит термин «корпоративной социальной ответственности». Термин «корпоративная социальная ответственность» возникает в конце 20 века (1992). Корпоративная социальная ответственность бизнеса (КСО) – это концепция, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении жизни общества и защите окружающей среды. Тема КСО является одной из самых обсуждаемых в деловом мире. Так в процессе эволюции сформировались три основных концепции.

Первая (концепция корпоративного эгоизма) была представлена Нобелевским лауреатом по экономике Милтоном Фридманом в 1971 году. Она гласит, что единственная ответственность бизнеса – увеличение прибыли для своих акционеров. Фридмен отмечал, что борьба с бедностью – это функция государства, а не частного бизнеса.

Вторая (концепция корпоративного альтруизма) представлена в это же время Комитетом по экономическому развитию США. Она гласит, что бизнес должен заботиться не только о росте прибыли. Компании не могут самоустраняться от социальных проблем, поэтому они должны делать вклад в решение общественных проблем, повышение качества жизни граждан и сообщества в целом, сохранение окружающей среды.

Третья (концепция разумного эгоизма). Она гласит, что затраты на социальные и благотворительные программы сокращают текущую прибыль, но в долгосрочной перспективе создают благоприятное социальное окружение, а, следовательно, устойчивые прибыли, прежде всего за счет узаконенного снижения налогообложения.

Помимо выделенных разновидностей КСО бизнеса в 1990-х гг. начал формироваться интегрированный подход к социальной ответственности, в рамках которого благотворительная и социальная активность компаний стала концентрироваться вокруг какой-либо определенной области, которая была связана с основным направлением деятельности организации. Такой подход получил название социально значимых направлений деятельности.

Компания, использующая концепцию КСО, должна выполнять следующие роли:

- работодатель, который создает рабочие места и платит «белую» зарплату;
- производитель качественной продукции и услуг;
- налогоплательщик, который платит все налоги, согласно законам;
- заемщик капитала, который своевременно погашает кредиты;

- бизнес-партнер, который демонстрирует добросовестную деловую практику в отношениях с партнерами;
- корпоративный гражданин, который предотвращает негативные последствия своей деятельности, облагораживает территорию, поддерживает социальное благополучие;
- член общественных организаций, который вносит вклад в формирование гражданского общества. Таким образом, согласно КСО, экономическая эффективность производства не может быть самоцелью бизнеса и должна способствовать гармоничному развитию общества в целом. За последние три-четыре года процесс освоения российским бизнесом принципов КСО принял необратимый характер. На данный момент основной задачей многих компаний является практика составления нефинансовых отчетов, позволяющих получить представление о деятельности компании, а также о проводимых ею социальных мероприятиях. Социальная значимость малых предприятий заключается в создании широкого слоя мелких собственников, которые самостоятельно обеспечивают собственное благосостояние и достойный уровень жизни. Также занятие малым бизнесом способствует раскрытию внутреннего потенциала личности, развитию его творческого подхода, возможности использования инновационных идей развития бизнеса. Сектор МП способен создавать новые рабочие места, следовательно, может обеспечить снижение уровня безработицы и социальной напряженности в стране. Малый бизнес способен решить проблему занятости молодого поколения, способен заинтересовать молодежь. Малые бизнесмены с охотой открывают вакансии и для молодежи.

Малое предпринимательство способно решить и ряд вопросов регионального развития. Факторы экономической и социальной напряженности особенно остро ощущаются в регионах с неразвитой инфраструктурой. МП способствуют укреплению экономики небольших поселений, сглаживают различия между центром и провинцией, выравнивают интеллектуальный уровень и образ жизни населения.

Малый бизнес имеет ярко выраженную региональную ориентацию, и обычно строит свою деятельность, исходя из потребностей и возможностей насыщения местного рынка, объема и структуры локального спроса. В условиях развития экономической самостоятельности регионов МП рассматривается как средство оптимизации структуры региональной экономики. Малый бизнес способен поучаствовать в решении ряда социальных проблем общества, следовательно, он нуждается в стимулировании и поддержке. Так обратимся к государственно-частному партнерству – это взаимовыгодное сотрудничество между государством и бизнесом, реализуемое в различных формах и ставящее своей целью решение политических и общественно значимых задач на национальном, региональном и местном уровнях. В условиях ГЧП бизнесмену легче развивать свой бизнес, так как он может рассчитывать на предоставление льготного кредита, на аренду государственного или муниципального имущества, создание государством льготных условий согласования, устранение административных барьеров. Отсюда возникает вывод, что бизнес стремится оказывать помощь в решении проблем общества при содействии власти. На Урале уже есть примеры позитивных результатов такого взаимодействия. Так в министерстве социальных отношений Челябинской области можно поучаствовать в конкурсе на предоставление субсидии на реализацию социально значимых проектов. Работа по предоставлению субсидий СО НКО началась в 2014 году, когда челябинцы выиграли первый грант министерства экономического развития РФ. По его результатам провели свой конкурс, и более 100 некоммерческих организаций Челябинской области приняли в нем участие, 48 из них стали победителями. Результаты их деятельности таковы, что Челябинская область повторно выиграла грант в 2015 году и получила 16 млн рублей из федерального бюджета. В 2015 году был создан «ОМК-Партнерство» — конкурс благотворительных и социальных проектов, который также будет проходить в 2016 году в Челябинске. Принцип конкурса — партнерство власти, бизнеса и общества в решении социальных проблем регионов.

Таким образом, в настоящее время эффективное ведение малого бизнеса невозможно без опоры на концепцию корпоративной социальной ответственности, а возможности осуществления корпоративной социальной ответственности бизнеса возможны только при его тесном взаимодействии с государством.

Библиографический список

1. Кодекс корпоративного поведения: Распоряжение ФКЦБ от 04.04.2002 №421/р Электронный ресурс. // Информационный портал Российский институт директоров. 2010. URL: http://www.rid.ru/expert/478/550/16745/7phrase_id=15883
2. Экономика и организация малого бизнеса : учеб. пособие/М.И.Балашевич, Т.П.Быкова.-Минск, 2012.
3. Попов Н.П. Главные социальные проблемы России последнего десятилетия// Журнал “Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены”, Москва
4. Никологорский Д.О. О методах государственной поддержки малого и среднего бизнеса / Д. О. Никологорский // Проблемы теории и практики управления. – 2006. - №11, С. 72-77
5. Благов Ю.Е. Социальная ответственность бизнеса и стратегическое управление / Благов Ю.Е. // Персонал-Микс. 2004. - №3. - 109-112.

***Скоробренко И.А.
Тюнин А.И.
г. Челябинск***

СУЩНОСТЬ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ В РФ

Важнейшей частью экономической политики страны является налоговая политика. Успех экономического реформирования в нашей стране зависит от того, в каких направлениях преобразовывается налоговая система, насколько налоговая политика государства отвечает требованиям времени.

Налоговую систему Российской Федерации можно определить как целостное единство четырех основных ее элементов: системы законодательства о налогах и сборах, системы налогов и сборов, плательщиков налогов и сборов и систем налогового администрирования, каждый из которых при этом находится друг с другом в тесной взаимосвязи и взаимозависимости. От успешного функционирования налоговой системы во многом зависит результативность принимаемых экономических решений.

С экономической точки зрения, в налоговой системе, сложившейся в нашей стране, можно выявить определенные недостатки, которые необходимо устранить или минимизировать. Необходимо обратить внимание на проблему нестабильности налогового законодательства. Вносятся поправки и изменения, которые имеют обратную силу, ликвидируются ранее введенные привилегии, а это создаёт дополнительный источник риска для инвесторов. Должно гарантированно обеспечиваться соблюдение стабильности налогов, а также правила из взимания в течение значительного промежутка времени. Налоги не должны пересматриваться чаще, чем раз в несколько лет, например, не чаще, чем раз в пять лет. При этом обо всех планируемых изменениях, до периода их действия, необходимо сообщать налогоплательщикам, а не ставить их перед уже свершившимся фактом.

Продолжает иметь место неясность и недостаточная четкость положений нормативных документов в сфере налогообложения. Прослеживается их противоречивость, запутанность, а это в значительной степени затрудняет их изучения налогоплательщиком, в связи с чем ошибки, возникающие при исчислении налогов,

остаются неизбежны. Также требует дополнений и уточнений принятый Налоговый кодекс.

Не совсем простой нам представляется проблема неплатежей налогов, то есть недоимки. Увеличение объёмов отсроченных платежей, предоставляемых предприятием, имеющим задолженность по платежам в бюджет, с целью бронирования поступающих на их расчётные счета средств для выплаты заработной платы, стало одной из причин, которая поспособствовала значительному росту недоимки [1, С.116].

Другие причины неплатежей – отсутствие средств на счетах плательщиков, а также низкая платёжная дисциплина налогоплательщиков. Мы считаем, что для решения данной проблемы нужно создать дружественную для налогоплательщика налоговую систему, постараться избежать жесткого наказания тех, кто не хочет платить, создать все условия для того, чтобы у налогоплательщика были деньги, а не отбирать у него последнее.

Нельзя не обратить внимание на такую проблему, как неэффективность отдельных элементов налогового механизма. Существует многочисленный аппарат налоговой инспекции, налоговой полиции, отделов УВД по борьбе с экономическими преступлениями. Но результат их работы, к сожалению, нередко оставляет желать лучшего. Очень часто многие физические и юридические лица легко уходят от ответственности за сокрытие налогов, именно из-за несоответствующего уровня подготовленности кадров этих органов, из-за неумения грамотно провести поддержку, ревизию. Не находит понимания и тот факт, что очень медленно происходит внедрение положительного опыта по сбору налогов, который несомненно имеется в отдельных регионах страны.

Наряду с перечисленными выше проблемами необходимо отметить и проблему воспитания налоговой культуры. На сегодняшний день уровень налоговой культуры остаётся низким. Об этом свидетельствуют данные о росте правонарушений и преступлений, связанных с сокрытием доходов от налогообложения, в том числе, в крупных и особо крупных размерах. Задачей сегодняшнего и завтрашнего дня является преломление негативных тенденций в экономике, возникших в нашем обществе в крупных размерах, одновременно с построением и развитием новой модели хозяйствования [2, С.110-111]. При этом немаловажное значение имеет совершенствование разъяснительной работы с гражданами.

При оценке любой налоговой системы, необходимо исходить из того, что она представляет собой сложный, эволюционный социальный феномен, находящийся в тесной связи с экономикой. Эффективность формирования доходов бюджетов на всех уровнях, рост предпринимательской активности, развитие производства, а также стабилизация экономики нашей страны во многом зависят именно от того, как будут решены проблемы налоговой системы.

Подводя итог сказанному выше, подчеркнем, что существующая налоговая система Российской Федерации требует серьезного реформирования, так как зачастую не обеспечивает оптимального выполнения своих функций. Это обусловлено, с одной стороны, тем, что она должна обеспечивать уровень сбора налогов, достаточный для покрытия основных расходов бюджетов, а с другой стороны – способствовать нормальному функционированию экономики государства, экономическому росту и развитию территорий.

Библиографический список

1. Налоги и налогообложение: учеб. для студ. вузов / И.А. Майбуров, А.Д. Выварец, О.В. Бабушкина и др.; под. ред. И. А. Майбурова. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 655 с.
2. Тарасова, В.Ф. Налоги и налогообложение: учеб. пособие / В.Ф. Тарасова, Л.Н. Семькина, Т.В. Сапрыкина – М: Кнорус, 2015. – 320 с.

АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ

В период кризиса, когда так важно разработать эффективную антикризисную стратегию, большое внимание принадлежит маркетинговым исследованиям как средству диагностики рыночных возможностей и позиций организации, ее сильных и слабых сторон, а также исследования возможностей и угроз со стороны рынка. А маркетинг является неотъемлемой частью антикризисного управления.

Маркетинговая деятельность сводится к традиционному сбыту, причем не к самым лучшим его формам, поскольку предполагается осуществлять продажи не того, в чем нуждаются люди, а того, что предприятие умеет делать. Большинство руководителей функциональных служб, в том числе и производства, не имеет представления об истинном назначении маркетинга, о его роли и значимости в удовлетворении нужд и потребностей людей. На первом месте для них всегда стоит производство. Рынок же представляется им как нечто весьма аморфное, не имеющее четкой сегментарной структуры. Но основной целью все же является определение размера спроса на товар, который выражается в величине объемов продаж данного товара и доли, занимаемой им на рынке.

Чтобы обеспечить необходимый уровень антикризисного управления, необходимо рассмотреть факторы рыночной инфраструктуры: [2,С.118]

1. Товар как предмет торговли. Менеджер должен иметь информацию о потребности рынка в товаре и его актуальности. Если кризис в организации возник из-за отсутствия спроса на товар или услугу, то стоит пересмотреть предлагаемый ассортимент. Это актуально для тех организаций, которые занимаются производством сезонных товаров – как правило, производство одного вида товара (например, мороженого) в зимний период сокращается в несколько раз по вполне понятным причинам. Это позволяет поставлять актуальные товары без потери денежных средств.

2. Цена как количество денег, в обмен на которые продавец готов продать единицу товара. В сфере антикризисного управления ценовая политика организации имеет очень большое значение, так как именно от нее во многом зависит устойчивое финансовое положение фирмы. Грамотная ценовая политика возможна только в случае изучения спроса потребителей и предложения фирм-конкурентов.

3. Место товара на рынке – определение места конкретного товара по отношению к товарам конкурентов в сознании потребителей.

4. Реклама – привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему.

Использование этих средств на конкретном рынке и для конкретных видов товаров позволяет определить фактический маркетинговый потенциал организации и угрозы для нее со стороны рынка, что крайне важно при разработке стратегии антикризисного управления.

Маркетинговые возможности организации оцениваются при помощи таких рыночных понятий, как цена, спрос и предложение. Именно их совокупное рассмотрение отражает действие экономических законов на рынке и их возможное влияние на состояние организации.

При разработке антикризисной политики маркетинг также рассматривает внутреннюю среду организации, а именно:

- 1) технико-технологический потенциал;
- 2) ресурсный потенциал;
- 3) информационные технологии;
- 4) работу персонала;
- 5) особенности производственного процесса;
- 6) уровень управления и контроля.

Это те структуры, от которых зависят качественно-количественные характеристики товара; они также исследуются на наличие возможных осложнений для их своевременного устранения.

Но все-таки основная задача маркетинга в антикризисном управлении – это исследование внешней рыночной среды организации, в первую очередь – микросреды [3, С. 20]. Речь идет о таких важных субъектах, как поставщики, конкуренты, партнеры. От их компетентности и надежности очень многое зависит, особенно когда организация находится в кризисе. Необходимо анализировать действующие связи и взаимоотношения и формировать новые, выгодные условия. Большим плюсом будет исследование стратегий конкурентов, их тактики и поведения на рынке.

В задачи антикризисного маркетинга входит также наблюдение за состоянием уровня развития техники и технологий для сохранения конкурентоспособности организации и повышения качества продукции. Это наблюдение также входит в функции маркетинга- сюда включается не только научно-техническое развитие, но и социальные, политические, культурные изменения, к которым организация очень чувствительна в период кризиса.

Для планирования маркетинга в условиях кризиса возрастает роль использования ситуационных планов и сценариев, разрабатываемых по мере возникновения потенциально опасных ситуаций или появления новых перспектив развития организации. Механизм адаптации планов маркетинга к внешним и внутренним изменениям состоит в использовании системы планирования маркетинга, предусматривающей внесение уточнений в планы маркетинговой деятельности (использование систем непрерывного планирования) или на периодической основе, или при возникновении достаточно существенных изменений.

Реализация таких подходов требует повышения уровня оперативности работы с текущей информацией, быстроты реагирования на кризисные явления. Каждое появившееся кризисное явление порождает новые сопутствующие ему явления. Поэтому чем раньше будут применены антикризисные механизмы, тем большими возможностями в преодолении кризиса будет располагать организация. Разработка планов маркетинга в условиях кризиса предполагает переоценку целей и стратегий организации в целом, ее стратегических хозяйственных единиц, отдельных функциональных направлений деятельности, включая маркетинг [1, с.72].

В условиях кризиса организации или для его предотвращения используют те же инструменты маркетинга, что и в стабильных условиях, но при этом меняются цели маркетинга и приобретают новые специфические черты его традиционные направления. В условиях кризиса, цель маркетинга – выживание. И в зависимости от причин, вызвавших кризис, в каждой конкретной ситуации, необходимо использовать свои инструменты маркетинга.

Библиографический список

1. Черешнева, В.А., Татаркина В.А. Социально-демографическая безопасность России [Текст] / В.А. Черешнева, А.И. Татаркина. — М.: Институт экономики, 2008. – 863 с.
2. Грязнова, А.Г. Антикризисный менеджмент [Текст]/ А.Г. Грязнова. – М.: ТАНДЕМ; ЭКМОС, 2009. – 368 с.
3. Покровская, Н.Н. Антикризисный маркетинг [Текст]/Личность и культура, 2009.- № 5.

***Созыкина К.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО-РОЛЬ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

Значение малого бизнеса в рыночной экономике, очень велико. Без малого бизнеса рыночная экономика ни функционировать, ни развиваться не в состоянии. Становление и развитие его является одной из основных проблем экономической политики в условиях перехода от административно-командной экономики к нормальной рыночной экономике. Малый бизнес в рыночной экономике – ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта.

С самого начала перестройки в СССР был задан курс на создание стратегически важного класса собственника, который должен быть основным, опорным элементом экономического развития страны. Малому предпринимательству придавалось особое значение, для него разрабатывались свои механизмы аренды и приватизации государственной собственности, был создан Комитет по поддержке малого предпринимательства. Началом эры малого предпринимательства можно считать принятие закона о кооперации в 1988 году [1]

Продолжается эта тенденция и сейчас. Критерии малого бизнеса достаточно часто изменялись, сейчас к малым относятся предприятия, где персонал составляет менее 100 человек, а годовой оборот – менее четырехсот миллионов рублей в год. Важно и то, чтобы в структуре их капитала доля государства или субъекта федерации составлял менее 25%, ее превышение приведет к нарушению основополагающего принципа предпринимательства – независимости от государственной власти. Меры государственного регулирования привели к тому, что за первое десятилетия века, с 2000 до 2010 численность малых предприятий в России выросла в 2 раза [2].

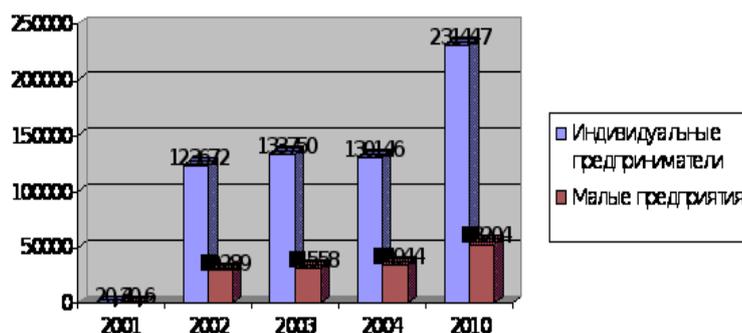


Рисунок 1. Индивидуальные и малые предприятия России

В России малое предпринимательство как особый сектор рыночной экономики еще не сформировался, а значит, фактически не используется его потенциал. По закону, малые предприятия могут создаваться на основе любых форм собственности и осуществлять все виды хозяйственной деятельности, если они не запрещены законом.

Недостатки правительственной программы, тормозят развитие малого бизнеса. Например, непродуманная система налогообложения, забирающая львиную долю прибыли, в результате чего, предприятия становятся на грань банкротства независимо от их народнохозяйственной значимости.

Следующий недостаток реформы связан с логикой развертывания преобразований. Основное противоречие сегодняшней политики – попытка обеспечить переход к рынку административно-командными методами сверху, игнорируя основу рыночной системы – интерес предпринимателя. Сама же логика создания рыночной экономики требует движения «снизу вверх» – от интереса предпринимателя к централизованному созданию рыночной инфраструктуры (налоговая, кредитная политика, банки, биржи и т.д.), обслуживающей и реализующей этот интерес.

Государство уделяет большое внимание поддержке малого бизнеса. Для него была разработана и внедрена упрощенная система налогообложения и отчетности, существенно облегчившая налоговое бремя. Практически все регионы страны в рамках своих полномочий разрабатывают программы поддержки малого предпринимательства,

предлагая им налоговые льготы, кредиты и субсидии. Особое внимание уделяется поддержке малого предпринимательства в сфере сельского хозяйства и переработки его продукции. Программы по его стимулированию успешно работают с 2012 в большинстве российских областей.

Следует сказать об источниках капитала, необходимых для начала бизнеса: собственные сбережения населения, кредиты, приватизационные чеки. Первый источник (400-500 млрд. рублей) был уничтожен гиперинфляцией, сократившей данный ресурс во многие десятки раз. Второй источник практически закрыт для малого предпринимательства гигантским процентом за кредит и нежеланием коммерческих банков, вкладывать деньги в малый бизнес из-за большого риска и отсутствия гарантий. Третий источник, тоже пока не работает. Выступить инвестиционным ресурсом они не могут, в лучшем случае это будет маленькое единовременное социальное пособие. Недостаток финансовых ресурсов и сложность их легального приобретения у государства – могут подтолкнуть малые предприятия к контактам с теневой экономикой и мафиозными структурами, и дать последним возможность постепенно внедряться в малые предприятия, постепенно подчиняя их себе. [2]

Четвертый фундаментальный недостаток – отсутствие систем государственной и общественной поддержки малого бизнеса. С большим запозданием создан государственный орган, призванный содействовать становлению и развитию малого бизнеса – Комитет поддержки малых предприятий и предпринимательства при Госкомимуществе РФ.

Высокие налоги, всевозрастающая арендная плата за помещение и оборудование, отсутствие фондового рискованного капитала – все это затрудняет продолжение эффективной деятельности и вынуждает направлять основные усилия не на расширение производства, а на борьбу за выживание.

Но главная причина сокращения числа малых предприятий – низкий уровень финансовой обеспеченности большинства малых предприятий вследствие трудностей с первоначальным накоплением капитала, невозможность получения кредитов на приемлемых условиях, неэффективность налоговой системы. Негативное воздействие на развитие малого бизнеса в сфере материального производства оказывают неразвитость производственной инфраструктуры, нехватка специализированного оборудования, слабость информационной базы.

Еще один очень важный фактор негативного воздействия на малый бизнес – непрекращающийся глубокий спад производства.

Все это приводит к тому, что только часть зарегистрированных предприятий малого бизнеса оказывается в не состоянии приступить к реальному производству продукции.

В период международного экономического кризиса 2008-09 годов государство предоставляло субсидии всем, желающим открыть свой малый бизнес. Практически все открытые в этот период предприятия успешно работают до сих пор.

Одним из направлений стимулирования развития малого предпринимательства в последние годы стали моногорода. В России более 150 субъектов, которых можно отнести к моногородам, и с прекращением деятельности градообразующих предприятий обеспечить занятость населения моно только всемерной поддержкой малого бизнеса. [3]

Большую надежду правительство возлагает на программы развития Дальнего Востока и Сибири, в рамках которых предполагается предоставлять малым предприятиям существенные налоговые льготы и иные преференции за счет региональных бюджетов. [5]

Очевидно, что сокращение доли малых предприятий связано именно с сокращением объема государственной поддержки.

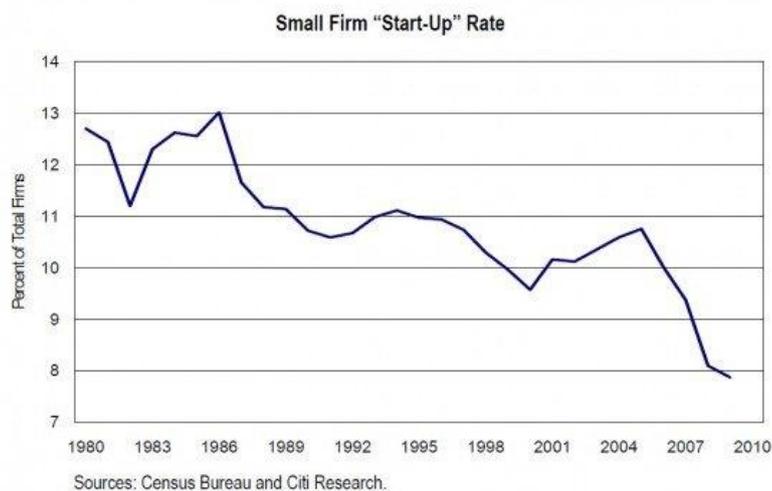


Рисунок 2. Доли малых предприятий в ВВП США

Подводя итоги, нужно отметить, что на сегодняшний момент существует ряд проблем развития малого предпринимательства, требующих внимания со стороны государства. Как известно, государство переложило основной груз поддержки малого бизнеса на регионы, при этом, не проведя перераспределений налоговых поступлений. Именно этот дисбаланс мешает быстрому развитию малого бизнеса, особенно в тех отраслях, от которых зависит повышение производительности труда в России. Пока на долю малого бизнеса в России приходится не более 20% ВВП страны, при том, что в большинстве европейских стран этот показатель превышает 50%.

Библиографический список

1. Гинзбург А. И. Экономический анализ для руководителей малых предприятий. – СПб.: Питер, 2007. – 224 с.
2. Малый бизнес спасет моногорода, если государство поддержит малый бизнес // Ведомости [Официальный сайт]. URL: http://www.vedomosti.ru/finance/analytics/20801/malyj_biznes_spalet_monogoroda_esli_gosudarstvo_podderzhit.
3. Т. В. Бурлуткин. Анализ современного состояния и проблем функционирования малого предпринимательства в РФ // Экономические исследования №6. – 2011.
4. Ю. В. Новиков. Проблемы малого и среднего бизнеса. Предпринимательств [Электронный-ресурс] // Проблемы современной экономики [Официальный сайт]. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=408>.
5. ФЕДЧЕНКО Е. А. Классификация признаков кодификации, положенных в основу единого плана счетов государственных (муниципальных) учреждений / Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика № 4. – 2010. – 7 с.

***Спирченкова С.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА РФ

Каждая страна, выделяющаяся большим размером территории, сталкивается с определенными трудностями в своем региональном развитии. Взаимоотношения между центром и регионами сильно поменялись в течение длительного времени. Барьеры, которые возникают между центром и регионами необходимо преодолевать или вовсе

искоренять. Региональное развитие необходимо как для каждого отдельного региона, так и для страны в целом.

Сбалансированное территориальное развитие Российской Федерации необходимо направлять на обеспечение условий, при которых каждый регион может иметь соответствующие ресурсы для обеспечения достойных условий жизни граждан, комплексного развития и повышения конкурентоспособности экономики регионов. Достижение этой цели возможно при реализации государственной региональной политики, которая направлена на развитие потенциала каждого региона, создание равных возможностей граждан и содействие развитию человеческого потенциала, преодоление инфраструктурных и институциональных ограничений, проведение целенаправленной работы по развитию федеративных отношений, а также реформирование систем государственного управления и местного самоуправления.[1]

Обеспечение уравновешенного социально-экономического развития регионов требует синхронизации следующих направлений региональной политики:

- развитие экономики посредством создания новых центров экономического роста в регионах на основе конкурентных преимуществ;
- организация и привлечение инвестиций в развитие регионов;
- уменьшение различия в уровне и качестве жизни населения в регионах.

Развитие регионов в основном определяется их конкурентными преимуществами (человеческим капиталом, географическим положением, ресурсами, агломерационным эффектом), а не региональной политикой государства. По динамике валового регионального продукта (ВРП) в период экономического роста лидировали новые нефтегазодобывающие регионы и крупнейшие агломерации, и медленнее развивались удаленные и слабоосвоенные регионы Дальнего Востока с миграционным оттоком населения. Конкурентные преимущества определяют и географию инвестиций. Лидеры по объему инвестиций - нефтегазодобывающие регионы, крупнейшие агломерации страны, отдельные регионы с выгодным географическим положением на путях глобальной торговли[2]. Аутсайдеры - малоразвитые машиностроительные регионы, слаборазвитые республики и удаленные регионы Забайкалья и Дальнего Востока с недостаточной инфраструктурой. Исключение составляет только Приморский край, куда направлялись государственные инвестиции в период подготовки саммита АТЭС.

Развитие регионов также может обеспечиваться с помощью инвестирования. На рисунках 1 и 2 показана территориальная структура инвестиций по федеральным округам и ведущим регионам за 1-е полугодие 2015 г. Помимо Центрального ФО, ведущими получателями инвестиций также являются Уральский и Приволжский, поэтому спад в этих двух федеральных округах более чувствителен для экономики. В разрезе регионов сохраняется лидирующее положение Тюменской области с автономными округами, при этом на Ханты-Мансийский АО приходится 7,6% всех инвестиций, на Ямало-Ненецкий – 5,7%, то есть инвестиции в Россию по-прежнему направляются, прежде всего, в добычу нефтегазовых ресурсов. Лидером остается также Москва (9,6%), но в ней инвестиции в первом полугодии 2015 г. не сокращались, в отличие от Санкт-Петербурга. Для сравнения, на Крымский ФО пришлось 0,2% от всех инвестиций в России в первом полугодии 2015 г., а его доля в населении составляет 1,6%.

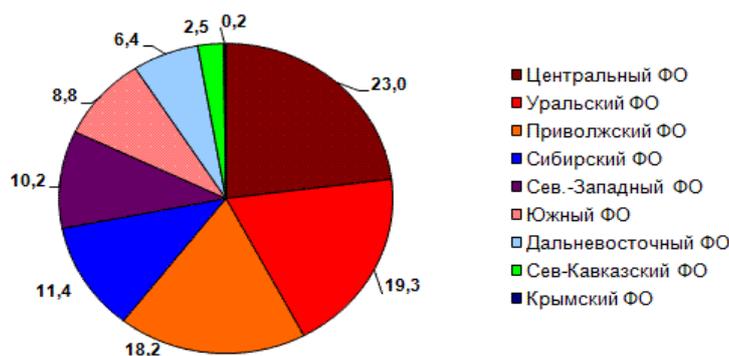


Рис.1 Доля федеральных округов в объеме инвестиций за 1 полугодие 2015г.,%

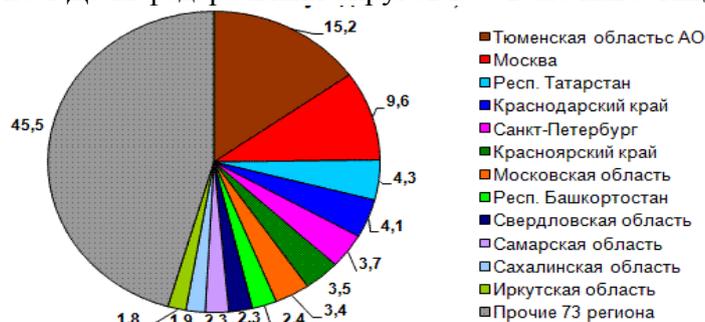


Рис.2 Доля регионов-лидеров по объему инвестиций за 1 полугодие 2015 г.,%

Очень часто наибольшая поддержка и привилегии отдается развитым и богатым регионам, а не слаборазвитым. Это противоречие только нарастает с каждым днем, поэтому региональная политика должна быть направлена на развитие не только центра, но и других регионов. Иначе кризис в отношениях между центром и отдаленными регионами неизбежен.

Библиографический список

1. Зубаревич Н.В. Региональное развитие и региональная политика в России // ЭКО. - 2014. - №04. - С. 7-27.
2. Мониторинг развития регионов России. Независимый институт социальной политики. URL: http://www.socpol.ru/atlas/overviews/social_sphere/kris.Shtml
3. Алтынбаев Р.З. Региональная политика в Российской Федерации: состояние и перспективы развития: [Электронный ресурс]. URL: [federalbook.ru/files.V/Altinbayev](http://federalbook.ru/files/V/Altinbayev). (Дата обращения: 29.03.2016).

Старцев А.В.
Тюнин А.И.
 г. Челябинск

К ВОПРОСУ О РЫНКЕ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Сегодня, в XXI веке, на большинстве реальных рынков подавляющая часть продукции предлагается малым числом фирм. Крупные корпорации, сосредоточившие в своих руках большую часть рыночного предложения, повсеместно связаны с рыночной средой особыми отношениями. Во-первых, занимая господствующее положение на рынке, эти корпорации могут существенно влиять на условия реализации продукции. Во-вторых, производители внимательно следят за поведением своих конкурентов, и реакция на их поведение должна быть своевременной.

Приведенные выше слова характеризуют сложившуюся вокруг нас с вами ситуацию, а именно – ситуацию, когда рынок несовершенной конкуренции можно наблюдать практически повсеместно. Но обусловлено это не только исторически сложившейся ситуацией, а еще и тем, что само понятие рынка несовершенной конкуренции подразумевает структурное несоответствие рынка признакам конкуренции совершенной. Потому существует много видов несовершенной конкуренции, о которых дальше и пойдет речь.

Таблица №1

Виды рыночных структур несовершенной конкуренции

Виды несовершенной конкуренции	Количество производителей	Степень дифференциации и продукции	Степень контроля над ценами	Барьеры для входа на рынок
Монополистическая конкуренция	Большое количество фирм	Разнообразная продукция	Относительно небольшая	Низкие
Олигополия	Малое количество фирм	Однообразная продукция или с незначительным и различиями	Частичная	Высокие
Монополия	Одна фирма	Однообразная продукция	Полная	Высокие

Вторая половина XIX века характеризуется бурным развитием научно-технического прогресса, который оказал самое непосредственное влияние на концентрацию производства и тем самым привел к образованию крупных предприятий — **монополий**. Основная цель монополии состоит в получении максимальной прибыли посредством контроля над ценой и объемом производства на рынке [1, с. 226].

Основные типы монополий:

Естественная монополия — обусловлена ее уникальным положением на рынке; способна удовлетворить весь рыночный спрос на определенные товары с более низкими издержками, чем это смогли бы сделать несколько мелких фирм. Искусственная монополия — возникает на основе сговора или подавления конкурентов. Случайная монополия — результат ограниченного по времени превышения спроса над предложением, позволяющий продавцу повышать цену. Временная монополия — порождена результатом НТП, на основе монопольного владения фирмой патентом, до тех пор пока данная технология не получит общего распространения.

Монополии образуются, как правило, путем объединения нескольких предприятий или организаций [1, с. 227]. Кроме того, выделяют и чистую монополию. Чистая монополия имеет место в тех случаях, когда потребители или производители могут оказывать влияние на рыночную цену, а, следовательно, и на объем продукции. В данной ситуации производитель приобретает монопольную власть, которая позволяет ему увеличивать цену на свою продукцию и снижать объем производства.

Монополистическая конкуренция – тип структуры рынка, состоящий из множества мелких фирм, выпускающих дифференцированную продукцию и характеризующийся свободным входом на рынок и выходом с рынка. Монополистическая конкуренция, с одной стороны, схожа с положением монополии, ибо отдельные монополии обладают возможностью контролировать цены своих товаров, а с другой –

схожа с совершенной конкуренцией, поскольку предполагается наличие множества мелких фирм, а также свободный вход на рынок и свободный выход с рынка, т.е. возможностью появления новых фирм [2, с. 200]. По Чемберлину, монополистически конкурентную отрасль образуют множество продавцов, предлагающих набор продуктов, которые являются близкими субститутами. Каждый продавец стремится максимизировать прибыль, изменяя качество своего продукта и его количество, предлагаемое на продажу. Хотя продуктовая дифференциация практически трудно измеряема, принято считать, что именно в ней заключена сущность монополистической конкуренции [3, с. 295]. Под **олигополией** понимается рынок, на котором доминирует несколько крупных фирм, а появление новых продавцов затруднено или невозможно. Олигополистическая структура рынка является одной из самых распространенных в мировой практике. В качестве примера олигополии можно назвать: автомобилестроение, металлургию, химию, электронику, производство бытовых приборов и др. Одной из существенных черт олигополии является небольшое количество фирм, действующих на рынке. Если на рынке несколько фирм (от 4 до 8 предприятий) производят более 50 % всей выпускаемой продукции, то его принято считать олигополистическим [1, с. 232].

Таким образом, в современном мире существующие рынки представлены преимущественно как рынки несовершенной конкуренции.

Библиографический список

1. Артамонов В.С., Иванов С.А. Микроэкономика. Учебное пособие. Изд-во Питер, Санкт-Петербург, 2009.
2. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Микроэкономика. Учебное пособие. Изд-во Питер, Санкт-Петербург, 2012.
3. Селищев А.С. Микроэкономика. Учебник. Изд-во Питер, Санкт-Петербург, 2002.

*Ступников М.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск*

ФУНКЦИИ ЦЕНЫ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Многими авторами цена определяется как выражение стоимости конкретного товара или услуги в ходе обмена между покупателем и продавцом. Конечно, стоит понимать, что цена может быть выражена не только в денежной форме, но и, например, в натуральной или процентной. Однако в современных условиях рыночной экономики практически все товары или услуги являются объектами купли-продажи, при этом механизм ценообразования приобретает важную роль.

Именно поэтому, на сегодняшний день, наиболее часто цена определяется как фиксированная сумма денежной наличности, за которую покупатель готов приобрести, а продавец продать единицу продукции или услуги.

В рыночной экономике формирование цены рассматривают в трех периодах – приведем их ниже:

- В условиях мгновенного равновесия предложение превышало спрос, что сделало цену зависимой от спроса на данный товар/ услугу.
- Условие краткосрочного равновесия – в данном случае спрос на товар может легко поменяться в ту или иную сторону. При этом если компания оперативно не среагирует на произошедшие изменения, цена будет меньше издержек на производство товара и рентабельность компании снизится.
- Предложение полностью приспособлено к существующему на рынке спросу – в этой ситуации на товар/ услугу устанавливается постоянная цена.

В современных условиях, продавец выходит на рынок с определенной ценой на предлагаемый товар (цена предложения). Покупатель, в свою очередь, также формирует определенные ожидания – цену спроса. В итоге, компромисс между покупателем и продавцом и называется рыночной ценой, по которой и проводится сделка.

Таким образом, цена в рыночной экономике – это тот инструмент, который позволяет обеим сторонам сделки получить желаемый результат на обоюдных выгодных условиях.

Разные авторы выделяют разные функции цены, попробуем выделить основные:

1. Информативная функция – благодаря изменению рыночных цен, все участники процесса купли-продажи получают информацию о ситуации на рынке труда в данный момент. Цена показывает производителям, какой объем товара необходимо будет произвести, какое качество товара максимально востребовано потребителем. Также цена помогает сформировать определенный ассортимент предлагаемых товаров и услуг, которые будут пользоваться спросом в данный период времени у конкретной целевой аудитории. Покупатели же, в свою очередь, исходя из цены, могут оценить качественные характеристики товара, его востребованность, популярность и т.д. Таким образом, цена помогает оценить свое место на рынке в сложившихся условиях и приспособиться под существующие запросы рынка.

2. Стимулирующая – сущность данной функции сводится к тому, что цена помогает при необходимости оказать сдерживающее воздействие на процесс производства, или же наоборот – поощрительное. Цена помогает ускорить темпы научных разработок и всевозможных исследований, выбрать компании выигрышную стратегию производства – например, экономия затрат, расширение производства, сокращение издержек и т.д. На потребителях данная функция сказывается следующим образом – при повышении рыночной цены, уровень потребления снижается и наоборот.

3. Распределительная функция помогает перераспределить национальный доход между участниками рынка – в зависимости от потребностей национальной экономики и всех участников рынка труда, цена помогает распределить денежные потоки между различными отраслями экономики, сферами бизнеса, различными экономическими группами и предприятиями разной формы собственности. При увеличении цены на определенный товар, предприниматели принимают решение увеличивать объемы его производства. И наоборот – при падении стоимости, комплексные действия по минимизации последствий приводит к снижению производства. Таким образом, устанавливается оптимальный для экономической ситуации баланс на рынке.

4. Учетная функция дает возможность экономистам подсчитать все количественные и качественные показатели – сюда можно отнести и рентабельность предприятия, и объем производимой на нем продукции, и валовый внутренний продукт, и многое-многое другое. Таким образом, мы можем сформировать понимание того, что нам необходимо для удовлетворения потребности в различных товарах и услугах.

5. Санирующая функция – не стоит забывать о том, что изменение ценовой политики помогает вывести с рынка неконкурентоспособные, слабые компании.

6. Баланс спроса и предложения – как известно, баланс спроса и предложения может наступить только при определенном уровне цен, который будет устраивать всех участников процесса купли-продажи товара или услуги. Кроме того, цена очень наглядно демонстрирует связь производства товара и его потребления.

Так, в условиях современной нестабильной экономики, динамика цен зачастую помогает предприятиям сориентироваться в том, что происходит на рынке товаров и услуг, определиться с вектором дальнейшего развития компании и определить свои сильные / слабые стороны.

Кроме того, уровень и динамика изменения цены помогают покупателям и продавцам выстроить определенные отношения, сформировать представление друг о друге и найти наиболее подходящие варианты сотрудничества.

Вопрос ценообразования является одним из важнейших в условиях рыночной экономики, ведь может не просто существенно снизить финансовые показатели организации, что может привести компанию к банкротству, но и привести к долгоиграющим последствиям для других участников рынка – покупателей, поставщиков и т.д.

Особенно этот вопрос актуален сейчас, когда из-за уменьшения покупательской возможности, снижается уровень прибыли предприятий, и очень важное место в стратегии предприятия занимает грамотная политика ценообразования.

Библиографический список

1. Микроэкономика. Основы теории рыночной экономики: Учеб. пособие /Савелло Л. Л., Иванова М. А., Карташов Б. А., Андреев Г. Н. Под ред. Л. С. Шаховской. ВолгГТУ. Волгоград. 2006.

2. Экономическая теория: учеб. пособие для вузов / Л.А. Исаева, Г.Г. Романова, Л.Р. Шурипа, И.В. Родионова, С.В. Гук. – Владивосток: Мор. гос. ун-т, 2006.

3. Экономическая теория. Введение в экономику. Микроэкономика : Учеб. пособие / Б.И. Герасимов, Н.С. Косов, В.В. Дробышева и др. ; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Б.И. Герасимова и д-ра экон. наук, проф. Н.С. Косова – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – Ч. 1.

***Султанова И.А.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск***

ДЕМАРКЕТИНГ

Временами спрос на какой-нибудь вид продукции становится очень активным. Хотя это и случается довольно таки не часто, но в данном случае как раз демаркетинг способен переубедить или отговорить людей от совершения покупки или использования чего-либо.

Демаркетинг (сдерживающий маркетинг) используется в случае существенного превышения спроса на продукцию над предложениями. В такой ситуации целесообразно применять увеличение стоимости продукции, проведение рекламной компании на переключение внимания потребителей на другой вид продукции и рассматриваются возможности повышения производства продукции или разрабатывается дополнительный источник поставки продукции, в которой испытывается дефицит (импорт).

Демаркетинг делится на выборочный (избирательный), общий и мнимый (ложный). Выборочный демаркетинг преследует цель по снижению уровня спроса в наименее рентабельном (доходный, полезный, прибыльный) рыночном участке. А общий демаркетинг направлен на уменьшение спроса в общем для целого рыночного сегмента, где происходит сбыт продукции производителя при помощи завышения стоимости товара, уменьшение усилий направленных на стимулирование, например, отказ от рекламных мероприятий или снижение интенсивности рекламы и остальными пассивными способами продаж. И наконец, мнимый или ложный демаркетинг, подразумевающий создание искусственного дефицита для «возбуждения аппетита» у потребителей, поскольку дефицитность товара или услуги может стимулировать желание обладать им.

Демаркетинг является стратегией производителя в маркетинговой деятельности, направленной на снижение либо же временное торможение спроса на продукцию различными методами. Кроме того при помощи демаркетинга, разорвав контакты с «дотошными» покупателями, отнимающими время не только у сотрудников фирмы, у организации появляется возможность поднятия на высший уровень безопасности и комфорта своего персонала, имеющих клиентов. И ещё одна деталь, продавцы

иногда осуществляют выборочный демаркетинг с целью снизить спрос на продукцию на определенном рынке; в случае, если один рынок является менее доходным для данной продукции, чем другие, или издержки на производство или рекламу на одном рынке оказываются выше, чем на других.

Любая фирма, даже работающая на рынке высокой конкуренции и специализируется выпуском традиционной продукции, может попасть в ситуацию, когда спрос на её продукцию значительно превосходит предложения. Причинами могут выступить самые различные факторы. Это и неграмотное планирование деятельности самой фирмы, и такие обстоятельства, которые абсолютно ей не подвластны. Тем не менее, независимо от вида причин, только методы демаркетинга способны справиться со снижением спроса и предотвращением отрицательного впечатления о производственных возможностях компании.

Демаркетинг может осуществляться как на товарном рынке, так и в сфере услуг. Так, расторгнув отношения с убыточными клиентами, компания может повысить свою рентабельность. Так же, путем демаркетинга компания может повысить уровень безопасности и комфорта своих сотрудников, существующих клиентов.

В ряде исследований отмечается демаркетинговая природа премиального ценообразования, которое обеспечивает не только отсев нежелательных потребителей, но и определенную дифференциацию товаров и услуг.

Также демаркетинг применяется в государственном секторе. Основными направлениями в этом случае являются:

- ресурсосбережение, пропаганда экономного потребления;
- реализация социальных проектов – отказ от сверхпотребления, курения, употребления алкоголя, переедания, переход к здоровому питанию;
- решение экологических проблем – борьба с загрязнением, ограничение использования природных ресурсов, создание заповедников, национальных парков, ограничение охоты, рыбалки.

Активный демаркетинг реализуется в отношении менее прибыльных продуктов и потребителей. Пассивный демаркетинг предполагает информирование потребителей о вреде продукта для них лично, для окружающей среды и т.п. Подобное давление на потребителей характерно для общественности, государственных структур, также оно используется для демонстрации социально ответственного характера компании. И наконец, абсолютный демаркетинг, подразумевающий отзыв продукта с целью минимизации негативных для бизнеса последствий. Предпосылками абсолютного демаркетинга выступают, как правило, хронические проблемы с качеством (лекарства, автомобили), моральное устаревание (пейджеры) и существенное падение продаж (видеомагнитофоны, пленочная аппаратура).

Демаркетинг чаще всего проводится по отношению к целому классу товаров (алкоголь, сигареты, жирная пища), и очень редко – по отношению к конкретной торговой марке. И уж тем более демаркетинг редко призывает отказаться от чего-то напрочь. Скорее, он убеждает сократить потребление какого-то продукта.

Риски демаркетинга, как правило, достаточно высоки. Прогнозирование экономических, правовых, этических и репутационных рисков демаркетинга, связанных, например, с обвинениями в дискриминации, приобретает особое значение. Необходимо стремиться к тому, чтобы потребители даже не осознавали, что стали объектами демаркетинга. Адекватными инструментами здесь выступают демонстрация заботы об интересах потребителя и предложение альтернативных вариантов удовлетворения его потребностей. Однако также необходимо понимать, что демаркетинговые процедуры требуют четкой регламентации, отбора и подготовки сотрудников.

В целом демаркетинг имеет стратегическую природу, являясь своеобразным стратегическим парадоксом или вступая в противоречие с классическими маркетинговыми концепциями. Стратегический характер демаркетинга обусловлен

неоднозначным взаимодействием с внешней средой, высокой неопределенностью результатов и, соответственно, значительными рисками. Как следствие, демаркетинг необходимо рассматривать не как самостоятельный вид деятельности, а как элемент системы маркетинга компании, компонент интегрированной маркетинговой стратегии.

Библиографический список

1. Кускова Е. Демаркетинг: Работа с нежелательными клиентами или как избежать убытков [Электронный ресурс]//MarketinginRussia// URL:<http://marketing-in-russia.ru>
2. Что такое демаркетинг? Какие функции выполняет демаркетинг? [Электронный ресурс]//Вопрос-Ответ – Электрон.журн. – 2009/ URL:<http://www.otvetim.info>
3. Что такое демаркетинг? [Электронный ресурс]/ Маркетинг NOW – 2014/ URL:<http://marketing-now.ru>
4. Ковалев В.А.: Демаркетинг: Оксюморон или стратегический парадокс? [Электронный ресурс] /DocMe – 2009/<http://www.docme.ru>

***Сутугина А.А.
Федорова К.А.
г. Челябинск***

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО-РОЛЬ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

Благополучие современного государства в целом зависит от уровня развития малого предпринимательства, его значимости для подавляющего числа экономически активного населения, его вклада в бюджетную систему страны. Нужно отметить, что малое предпринимательство выполняет основные функции, присущие предпринимательской деятельности вообще. И при этом малые предприятия являются основой жизни стран с рыночной системой хозяйствования.

Что же понимается под малым предпринимательством? Так, например, Р. Хизрич рассматривает предпринимательство как «процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью; процесс, поглощающий время и силы, предполагающий принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности, процесс, приносящий в результате денежный доход и моральное удовлетворение достигнутым». По мнению П. Друкера предпринимательство является «разновидностью социальной деятельности – специфической деятельностью, связанной с инновациями».[1] Из этих определений можно сделать вывод о том, что малое предпринимательство — предпринимательство, которое направлено на процесс создания чего-то нового, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения и связано с инновациями.

Наиболее благоприятными регионами для ведения бизнеса малыми и средними производственными компаниями были признаны Московская, Челябинская и Самарская области, Республика Башкортостан, Ставропольский край.[2]

На сегодняшний день, в России под субъектами малого предпринимательства понимают коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не превышает 25%. А также под субъектами малого предпринимательства понимаются физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.[2]

Рассмотрим виды малого предпринимательства, которые представляют собой несколько основных направлений.[5]

Промышленное предпринимательство	Торговое предпринимательство	Кредитное предпринимательство
Создание материального продукта как основы удовлетворения потребностей общества. Поскольку одной из основных отраслей, где создается материальный продукт, выступает промышленность, то такой вид предпринимательства принято называть промышленным, хотя оно охватывает и другие отрасли, такие как строительство, сельское хозяйство и т. п.	Это особый вид предпринимательства, связанный главным образом с доведением продукта от производителя до потребителя. Не создавая нового материального продукта, торговое предпринимательство реализует особый товар — услугу, ускоряя и в целом удешевляя процесс движения товара.	Это разновидность предпринимательства, связанная с аккумуляцией временно свободных денежных средств и последующим использованием их для предоставления кредита на принципах срочности, платности и возвратности.

На сегодняшний день существует ряд проблем, которые тормозят развитие малых предприятий в целом. Выделим главные проблемы развития малого бизнеса в России.

Во-первых, это недостоверные статистические данные, т.е. в стране нет особых комитетов, которые могли бы осуществлять какие-либо исследования по состоянию малого бизнеса. Так же как и нет четкой системы подсчета финансовых результатов. В любом государстве статистика в малом бизнесе должна помогать принятию решений на государственном уровне, но, к сожалению, частные предприятия не желают вести «белый» учет зарплаты сотрудников, так как владельцы малых предприятий предпочитают уклоняться от налогов, несмотря на упрощенную систему налогообложения.[4]

Во-вторых, государство хоть и поддерживает развитие малого и среднего предпринимательства в стране, оно все же выделяет какие-либо отдельные отрасли, и не уделяет достаточного внимания к другим. Мы думаем, что развитие малого бизнеса в стране очень сильно повлияет на развитие экономики России в целом.

В-третьих, осуществление получения кредитов. Сделать более легкий доступ предпринимателям малого бизнеса к получению финансовых ресурсов, то есть получения кредитов, повышения качества обслуживания покупателей, более активного продвижения компании и ее услуг. Кредитование малого бизнеса, ссуды и господдержка работают неэффективно. Именно это влияет на появление новых предприятий, которых с каждым годом становится меньше и все больше предприятий становятся банкротами.[3]

В-четвертых, это материально-техническое обеспечение предприятий малого бизнеса, которое осуществляется в недостаточном объеме и несвоевременно. Машины, оборудование, приборы, предназначенные для таких предприятий и учитывающие их специфику, отсутствуют. Ограничен для них доступ к высоким технологиям, так как их покупка требует значительных одноразовых финансовых затрат.[2]

Так же существенной проблемой для малого бизнеса является обеспечение доступа к производственным площадям и офисным помещениям. Такие площади во многих регионах либо в большом дефиците и, как следствие, — за пределами дороги, либо их приобретение или аренда сопряжены с необходимостью преодолевать нередко искусственные административные барьеры.[2]

Нужно, что бы малое предпринимательство стало являться привлекательным для современных предпринимателей. Ведь малое предпринимательство является одним из важных условий устойчивого развития страны и региона, которое влияет не только на удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах, смягчение проблемы безработицы, но и обеспечивает ресурсосбережение и социальную стабильность.

На основании вышеизложенного хотелось бы подвести итоги. Итак, проблем развития малого предпринимательства в нашей стране достаточно много. Становление и развитие его остается одной из основных проблем экономической политики в условиях нормального функционирования рыночного механизма. Но с этим можно бороться. Например, можно объявить развитие малого предпринимательства главным приоритетом экономической политики администрации области на ближайшие 2-3 года. Так же можно создать открытую для пользования базу информационного обеспечения предпринимателей по вопросам получения кредитов, по конкурсам, тендерам, свободным площадям и земельным участкам и оборудованию. Еще сделать условия для всех сфер малого предпринимательства равными. Так как малое предпринимательство играет в экономике любой страны довольно большую роль. Оно является неотъемлемой частью социально-экономической системы страны, обеспечивая стабильность рыночных отношений, втягивая большую часть граждан страны в эту систему отношений путем открытия ими собственного дела, что благоприятно сказывается на экономическом росте национальной экономики. Становление и развитие его является одной из основных проблем экономической политики в условиях нормального функционирования рыночного механизма. Малое предпринимательство в рыночной экономике – ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта. Поэтому государство должно поощрять деятельность малого предпринимательства и помогать в его развитии.

Библиографический список

1. Саврушева М. Философия бизнеса. Учебное пособие.
2. Сайт о бизнес идеях, сетевом маркетинге и бизнесе с нуля [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <http://www.marinbiz.ru> – 28.11.2014.
3. Кредитный портал «Кредит Бизнес». Малый бизнес, кредитование малого бизнеса. [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.kreditbusiness.ru> – 28.11.2014.
4. Конгресс предприятий бытового обслуживания. Стратегии восстановления и роста. Новые стандарты качества жизни [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://kongress.ucoz.ru> – 28.11.2014.
5. www.uspeh4u.com

***Сюмкина К.О.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск***

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА В 21 ВЕКЕ

Традиционные формы организации бизнеса в 21 веке все сильнее и чаще проявляют свои несовершенства. От компаний нового тысячелетия требуется большая независимость действий и скорость в принятии важных сточки зрения компаний решений, к тому же обратная связь товаропроизводителя с потребителем весьма условна.

Сетевые компании становятся влиятельными игроками в бизнес-сообществе.

Сетевой маркетинг (Multi-Level Marketing, MLM - многоуровневый маркетинг) - концепция реализации [товаров](#) и [услуг](#), основанная на создании сети независимых

дистрибьюторов, каждый из которых, помимо сбыта продукции, также обладает правом на привлечение партнёров, имеющих аналогичные права. При этом доход каждого участника сети состоит из комиссионных за реализацию продукции и дополнительных вознаграждений, зависящих от объёма продаж, совершённых привлечёнными ими сбытовыми агентами [1, С.5].

История сетевого маркетинга ведёт своё начало с 1945 года, когда американские предприниматели Lee S. Mytinger и William S. Casselberry стали национальными дистрибьюторами компании «Nutrilite Products», положив в основу своей деятельности принципы сетевого маркетинга [3, С.15].

Сетевой маркетинг может рассматриваться как форма внемагазинной розничной торговли, особый вид прямых продаж, при которой сбытовые агенты фирмы-производителя самостоятельно устанавливают прямые контакты с потенциальными покупателями. Продажи обычно осуществляются на дому у покупателя. Продав покупателю определённый товар, дистрибьютор предлагает ему за установленный процент от объёма продаж найти новых покупателей; тем, в свою очередь, предлагают на тех же условиях найти очередных покупателей и т. д. Таким образом, создаётся многоуровневая сеть покупателей-продавцов [4, С.28].

Яркими представителями сетевого бизнеса являются: компания «Avon Products» - самая успешная и крупная косметическая компания в мире в области прямых продаж; международная косметическая компания «Oriflame», которая достигла небывалого успеха на мировом рынке за счет создания косметических средств высокого качества, доступных по цене, простых в употреблении, экологически чистых, а также основанных на натуральных растительных ингредиентах и др.

Можно выделить следующие достоинства сетевого маркетинга:

1) применение прямых продаж позволяет обеспечить экономию на рекламе и торговых площадях;

2) сбыт, основанный на демонстрации исключительности собственного товара, может быть эффективнее, чем сбыт через магазины, в которых представлен широкий ассортимент аналогичных товаров;

3) компания может воспитать лояльных клиентов, которые предпочитают покупать только у знакомых им людей;

4) компании стимулируют повышение объёмов продаж значительными комиссионными выплатами дистрибьюторам.

И также существуют недостатки сетевого маркетинга:

1) недоверчивое отношение потребителей к многоуровневой схеме продажи товара;

2) относительно высокая стоимость предлагаемой продукции;

3) отсутствие мгновенных результатов работы;

4) высокая конкуренция на данном сегменте рынка услуг.

Деятельность компаний сетевого маркетинга зачастую проходит вне правового поля. Товар не принимается обратно и не обменивается, как это положено по закону о правах потребителя.

Сетевой маркетинг как канал распространения товаров предоставляет скорость рынку для быстрого и эффективного внедрения новых продуктов и распространения этих продуктов в разных странах благодаря устной коммуникации. Новый продукт может быть внедрен в существующую структуру сетевого маркетинга за несколько недель.

MLM не привязан ни к какому конкретному продукту или технологии. Возможность обновления, заложенная в самой концепции, позволяет индустрии гибко вписываться в постоянно меняющийся рынок. Таким образом, MLM является экономической волной будущего, логичным шагом в эволюции свободного предпринимательства [2, С. 56].

Будущее сетевого маркетинга в начале 21 века:

- сетевой маркетинг и интернет разовьют взаимные отношения, которые сильно увеличат силу каналов сетевого маркетинга. Интернет - мощное средство для передачи информации, обучения и администрации операций. Устная коммуникация - мощное средство влияния на отношение и поведение людей. Поэтому сетевой маркетинг и интернет представляют собой оптимальную комбинацию;

- слияния, покупки и стратегические союзы компаний: внутри индустрии будет движение в сторону слияний, покупок и стратегических союзов компаний, так как конкуренты стараются открыть новые ниши и уменьшить расходы с помощью диверсификации и консолидации.

- приход новых компаний сетевого маркетинга: новые компании будут продолжать входить в индустрию. Однако им будет уже сложнее и дороже начать работу в этой сфере. Увеличится количество конкурирующих фирм. Будет все сложнее найти свою собственную нишу среди множества похожих продуктов. Требования начальных вложений будут все увеличиваться и будут повышаться требования к обслуживанию клиентов и поддержке дистрибьюторов.

Как прогнозируют экономисты-аналитики, в 21 веке примерно 70% товаров в мире будет продаваться именно в системе МЛМ. Сетевой маркетинг будет считаться функционирующей моделью бизнеса в начале 21 века и будет продолжать становиться мощным каналом распространения в последующее десятилетие и все больше традиционных компаний начнут использовать сетевой маркетинг в качестве дополнительного канала к уже существующим видам маркетинга.

Библиографический список

1. Барбер, Д. Сетевой маркетинг [Текст] / Д. Барбер. - М.: Фаир-пресс, 2008. - 192 с.
2. Фэйлла Д., Фэйлла Н. Прямые ответы на часто задаваемые вопросы об МЛМ [Текст] / Д. Фэйлла, Н. Фэйлла. – М.: Фаир – Пресс, 2008. - 96 с.
3. Фэйлла Д., Фэйлла Н. Система: три ступени построения МЛМ-организации [Текст] / Д. Фэйлла, Н. Фэйлла. – М.: Фаир – Пресс (Гранд), 2009. - 112с.
4. Всехсвятский, С. Технология анализа маркетинг - плана сетевой компании [Текст] / С. Всехсвятский. – М.: «Хорошие новости». 2012.- 39 с.

***Терехов А.О.
Тюнин А.И.
г. Челябинск***

ФОРМЫ ВНЕУРОЧНОЙ РАБОТЫ В ПРЕПОДАВАНИИ ЭКОНОМИКИ

Формы внеурочной работы являются основой для организации занятий с учащимися. Правильный выбор формы работы с учащимися может повысить общий уровень мотивации, интереса к рассматриваемому научному направлению и позволить ученикам более качественно освоить материал. В современном научном обществе выделено множество форм внеурочной работы. Мы рассмотрим основные формы работы, которые используют большинство специалистов при организации внеклассной работы: 1. Индивидуальные. 2. Кружковые. 3. Массовые.

1. Индивидуальная работа – это самостоятельная деятельность учащихся направленная на получение навыков самовоспитания, саморазвития. Помогает учащимся найти оптимальное место в общем деле. Со стороны учителя данная деятельность требует полного знания всех граней обучающихся, их интересов, особенностей характера и эмоционального поведения в различных ситуациях. Формой выражения данной работы могут быть: подготовка докладов, художественные постановки, иллюстрация альбомов. 2. Кружковая форма внеклассной работы – это деятельность группы детей, способствующая

выявлению и развитию интересов, творческих способностей в определённой области науки.

Основными формами выражения кружковой деятельности являются: кружки и секции. В кружках и секциях проводятся занятия различных типов: доклады, экскурсии, изготовление наглядных пособий, лабораторные занятия, научные(экономические) круглые столы. 3. Массовые формы работы – это часто встречаемые формы организации больших групп детей в школе в виде классных часов, конференций, вечеров, олимпиад и соревнований, требующих большого эмоционального воздействия и непосредственной активности каждого участвующего. Самые часто встречаемые формы выражения массовой формы работы являются конференции и классные часы. Данной форме свойственна торжественность, яркость, красочность. Также часто при проведении данных мероприятий, учащиеся могут становиться организаторами и исполнителями для более плотного сплочения коллектива. В среднестатистической школе традиционной формой массовой работы становятся национальные праздники. Праздники расширяют кругозор учащихся, взгляды учеников на страну и стимулируют детскую активность, развивая инициативу при организации праздников. Во время праздников также (появляются, используются?) конкурсы, олимпиады, выставки, квн. Рассмотрим три варианта реализации внеурочных форм работы с получением максимально-эффективного результата в специализированной области экономического знания: экскурсии, кружок и конференция. Современной общедоступной для вузов и школ является знаменитая массовая форма работы с учащимися наравне с классным часом, выступает конференция.

Конференция – это форма массовой работы с учащимися ограниченная временными рамками и являющаяся составной частью воспитательной деятельности, взаимного обучения, когда более старшие ученики могут передать свой опыт и знания младшим учащимся без потери полезности содержания. Кроме этого, конференция помогает выявить склонности и способности учащихся, а также создает предпосылки для развития интересов, учащихся в научной и технической области знания экономики. Проанализировав понятие конференции, можно составить ее характеристику, представленную в виде функций: 1. расширение и углубление знаний по изученным вопросам; 2. умение работать с источниками информации; 3. выступление с докладом, сообщением; 4. оформление рефератов; 5. воспитание интереса к самостоятельной работе с различными источниками информации.

Проведение учебных конференций имеет важное образовательное значение для учащихся. Приобретение навыков самостоятельной работы с учебной литературой, электронными источниками, приобретение новых знаний для решения конкретных задач, и полноценная подготовка к конференции с педагогом повышают общий уровень компетентности обучающихся. Руководящую роль в организации конференции сохраняет за собой преподаватель. Учащиеся могут выбрать тематику и организовать проведение конференции. В процессе проведения конференции ученик получает новую информацию, знания из доклада другого ученика, вносит вопросы, связанные с докладом выступающих. Учитель же выполняет другую роль. Он контролирует выступления учащихся, выносит на обсуждение их доклады, вносит дополнения и исправления. Завершая конференцию преподаватель оценивает работу и результаты конференции, участников в целом и по отдельности, напоминая про дополнения и исправления в работах. Современные конференции проводятся как очно, так и заочно(дистанционно). В конференции принять участие может любой желающий получивший информацию о проведении конференции на своем уровне. Выделяют пять уровней проведения конференции (Конференция также может быть смешанной по уровням, когда отбираются лучшие работы и после отправляются на более высокий уровень проведения):

1. Внутренняя
2. Муниципальная
3. Районная
4. Национальная
5. Мировая

С течением времени появляются новые технологии, которые помогают улучшить процесс усвоения материала учащимися, повышают интерес к обучению и увеличивают общий уровень компетенции учащихся при этом создавая новые формы.

*Тетерина Е.А.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск*

СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Изменение социально-экономических отношений вызывает дальнейшее развитие концепции маркетинга, ориентиром которого становится человек. Эволюция маркетинга привела к возникновению его новейшей концепции — социального маркетинга.

Под социальным маркетингом чаще всего подразумевается использование стандартных маркетинговых методов для достижения и реализации некоммерческих целей.

Социальный маркетинг — это разработка программ в интересах всего общества, в которых сочетаются необходимые исследования, реклама, продвижение, приобретение репутации - для удовлетворения интересов больших групп людей, совокупности которых и составляют общество.

Термин «социальный маркетинг» был впервые использован в 1971 г. Он обозначал попытку применения принципов маркетинга и его техники для содействия решению социальных задач, реализации социальных идей, а также в процессе социальных действий. Именно тогда в сферу деятельности организаций все чаще стало вплетаться решение различных общественных проблем.

Социальный маркетинг логически появился в ходе развития маркетинга и является дальнейшим перспективным этапом этого развития. Это обусловлено рядом причин. При анализе стадий развития маркетинга через прохождение им различных концепций становится очевидным, что первоначально фирмы основывали свои рыночные решения главным образом на соображениях извлечения прибыли, затем они стали осознавать стратегическую значимость удовлетворения покупательских потребностей, в результате чего и появилась концепция маркетинга, а на современном этапе при принятии решений многие фирмы думают и об интересах общества, т.е. руководствуются концепцией социального маркетинга.

Социальный маркетинг занимается решением трех вопросов:

1. Убеждение (например, что курение опасно).
2. Социальная практика (побудить бросить курить).
3. Социальный продукт (улучшение здоровья нации).

Ранее некоммерческие организации отказывались от применения маркетинга в своей деятельности. Между тем, пользу от его внедрения могут получать: политики, продвигающие свои кандидатуры на выборах; вузы, привлекающие абитуриентов; различные правительственные департаменты, улучшающие свой имидж; музеи, ищущие спонсоров.

При определении социального маркетинга можно выделить несколько характерных признаков:

— социальный маркетинг рассматривается как систематический процесс принятия решений, на основе анализа ситуаций и формулирования целей;
— социальный маркетинг направлен на решение социальных проблем в обществе;
— социальный маркетинг относится к многосторонним формам деятельности некоммерческих организаций из политической, религиозной культурной среды.

Коренное отличие социального маркетинга от коммерческого заключено в его специфическом продукте — социальных идеях, которые являются общественным товаром и могут с помощью рыночных рычагов распространяться как продукты обмена.

Социальный маркетинг содержит в себе общее и особенное. Он универсален по своей природе, и социальные компании во всем мире похожи. Однако существуют особенности в различных странах. Так, для населения развивающихся стран актуальны проблемы планирования семьи и гигиены. В то же время для многих развитых стран сохранение физической формы для людей и демаркетинг сигарет являются более важным.

Основные инструменты социального маркетинга – фандрайзинг (для НКО), стимулирование продаж (для коммерческого сектора) и организация специальных акций брендов-спонсоров (совместные акции общественных организаций и коммерческих компаний).

Заметно повышенное внимание к социальному маркетингу со стороны производителей не самой полезной для здоровья потребителей продукции, вынужденных отражать постоянные нападки в свой адрес. Социальный маркетинг становится для них ключевым пунктом стратегического развития. Так, лидер мирового рынка в области «быстрого питания» McDonald's уже многие годы проводит среди своих клиентов акции, направленные на отчисление небольшой части от стоимости их покупки на решение социальных проблем. В России это помощь конкретным детским домам, реабилитация детей с ограниченными возможностями, создание условий для совместного проживания тяжело больных детей вместе с их родителями (проект «Семейная комната» реализуется в Москве и Казани). Компания активно участвует в программах по сохранению биоресурсов планеты: инновационные инженерные решения сокращают потребление электроэнергии, в ряде ресторанов сети установлены энергосберегающие устройства – системы отопления за счет солнечной энергии и ветрогенераторы.

Примеры социального маркетинга можно найти в самых различных сферах деятельности:

1) косметический бренд Avon направляет часть стоимости своих товаров на программу «Вместе против рака груди», реализуемую во многих странах мира, в том числе и в России;

2) клиенты российского банка «Сбербанк», участвуя в совместной с Фондом «Подари жизнь!» программе отчисляют 0,3 процента годовых по специальному вкладу на оказание помощи детям с онкогематологическими и другими тяжелыми заболеваниями;

4) российский банк «Уралсиб» 0,5 % годовых от вклада «Достойный дом детям» перечисляет Детскому фонду «Виктория»;

5) торговая марка «Зеленые листья» (Приморский край) 10 копеек с каждой проданной упаковки молочных продуктов перечисляет в Фонд детских домов Хабаровска [3].

Социальный маркетинг в коммерческой организации, наряду с решением социальной проблемы, направлен, как и маркетинг традиционный, на получение прибыли. А для этой цели в акции социального маркетинга вовлекаются клиенты компаний – потребители товаров и услуг.

И хотя эффект от осуществления программ в области социального маркетинга измерить сложно, поскольку речь идет о влиянии на общество и часто в долгосрочной перспективе, очевидно, что данный инструмент уже наглядно демонстрирует свои положительные результаты, а его более широкое использование способно изменить не только сферу производства товаров и услуг, но и поведение людей в быстроменяющемся мире.

Библиографический список

1. Березин, И.С. Маркетинговые изучения. Инструкция по применению [Текст] / И.С. Березин. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2012. — 383 с.

2. www.xreferat.com.

3. www.cloudwatcher.ru.

4. www.cfin.ru.

ЗНАЧЕНИЕ МЕТАПРЕДМЕТНЫХ СВЯЗЕЙ ЭКОНОМИКИ СО ШКОЛЬНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ

В современных экономических условиях, характеризующихся проявлением глобализации во всех сферах деятельности человека, становится невозможным изучение какой-либо одной научной дисциплины отдельно от других. Все они тесно связаны и оказывают определённое влияние друг на друга. Такую взаимосвязь научных дисциплин необходимо учитывать в методике преподавания каждого предмета в школе и формировать в сознании обучающихся качественные межпредметные связи. Одними из наиболее важных в процессе социализации личности межпредметных связей являются связи географии с экономикой.

В данном исследовании для достижения поставленной цели эффективно использовать метод изучения педагогической документации, изучения и обобщения педагогического опыта, а также метод сравнения [3].

Метапредметные связи – взаимосвязи между отдельными предметами, определяющиеся их спецификой. В ходе учебного процесса на них указывает учитель или учащиеся выявляют их самостоятельно. Выявление таких связей обеспечивает более глубокое усвоение знаний и способствует более эффективному их применению на практике. Поэтому учителю необходимо акцентировать особое внимание на этой проблеме при изучении любой науки [2].

Экономика как школьный предмет предоставляет ученикам базовые системные знания, знакомит с некоторыми историческими факторами и явлениями, учит ориентироваться в экономической ситуации своей страны и мира, предвидеть некоторые события. Характерной особенностью преподавания экономики в школе является применение игровых технологий на уроке (чаще всего это ролевые игры, моделирующие какую-либо экономическую ситуацию).

География как школьный предмет представляет собой сложный комплекс научных знаний о пространственной организации материи, подвергающейся изменению с течением времени. Главной особенностью преподавания географии является широкое применение системного подхода, обусловленное спецификой изучаемого объекта. Также неотъемлемой частью обучения географии является проведение различных практических работ, направленных на более эффективное усвоение школьниками географических знаний [1].

Взаимосвязь географии и экономики определяется, прежде всего, спецификой этих двух наук. Ответы на главные вопросы экономики - «что, как и для кого производить?» [4] - приводят, как правило, к главным вопросам географии – «где, откуда, куда и почему именно таким образом?». К примеру, изучая такой показатель, как инфляция, для наиболее эффективного усвоения материала следует рассматривать его в пределах какой-либо территории. Такой подход будет развивать умение учащихся устанавливать причинно-следственные связи. Кроме того, рассматривая на уроках географии, к примеру, общую характеристику хозяйства какой-либо территории, необходимо применять экономические методы с целью проведения анализа динамики основных показателей развития хозяйства.

Таким образом, экономика и география как школьные предметы невозможно изучать изолированно друг от друга, так как для любого микро- или макроэкономического процесса характерна принадлежность к территории различного масштаба. При обучении экономике необходимо направлять внимание школьников на географические особенности

развития территории; обучая географии, следует учитывать динамику показателей развития этой территории.

Комплексное изучение географии и экономики в школе позволяет наиболее полно раскрыть возможности проблемного обучения, что несомненно обуславливает развитие аналитического мышления школьников, умения найти оптимальный вариант решения конкретной экономической, географической, социальной, геополитической, а также бытовой задачи. Именно такие знания, умения и навыки необходимы современным конкурентоспособным школьникам, имеющим активную жизненную позицию.

Библиографический список

1. Душина И. П. Понурова Г. Л. Методика преподавания географии. - М.: Московский лицей, 1996.
2. Морева Н.А. Современная технология учебного занятия. - М.: Просвещение, 2007.
3. Никитина Н.Н. Введение в педагогическую деятельность: Теория и практика. - М.: «Академия», 2004.
4. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики. – М.: Норма, 2005.

***Тырышкина Е.В.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск***

КОНСЬЮМЕРИЗМ

В условиях жесткой конкурентной борьбы продавцы должны не только концентрировать внимание на получении прибыли, но и вырабатывать чувство удовлетворенности у потребителей. Благодаря движению консьюмеризма стало возможным достижение справедливости в отношениях между покупателем и продавцом. Правильно и четко сформулированные права и обязанности покупателей дают им чувство защищенности и уверенности, а также ограждают от недобросовестности продавца.

Консьюмеризм – это деятельность, направленная на защиту интересов потребителей от недобросовестной деятельности коммерческих фирм, выражающаяся в производстве некачественной продукции, нарушении обязательств по ее гарантийному обслуживанию и т.п. [1, С.304].

Консьюмеризм включает обеспечение свободы выбора, качество потребительских услуг и честной рекламы, и помимо защиты прав потребителей, их информирование и просвещение.

Свое начало консьюмеризм берет в США на рубеже XIX и XX столетий, откуда пошло дальнейшее его распространение в другие страны. Разделяют три основных этапа возникновения данного движения, а также существуют несколько предполагаемых причин его начала. Всемирно известный профессор маркетинга Филип Котлер утверждает, что впервые данное движение возникло под влиянием резко растущих цен в мясной промышленности и скандалов по поводу патентованных медицинских препаратов. Что касается второй волны движения покупателей в середине 1930-х годов, то произошла она в разгар Великой депрессии, когда произошел резкий взлет розничных цен и очередной скандал, связанный с лекарственными препаратами. К 60-м годам люди стали более осторожными, образованными и более требовательными; товары стали более сложными и в какой-то мере опаснее. В это время свою позицию начали отстаивать всевозможные потребительские организации, заботящиеся о своих правах. Третью вспышку Филип Котлер связывает с деятельностью Ралфа Нэйдера, Джона Кеннета Гэлбрейта, Рэйчел Карсона и других, которые в свою очередь, опубликовав свои книги, выразили

недовольство и обвинили крупные предприятия в жульничестве, махинациях и транжирстве. [2]

По мнению известного американского экономиста Питера Друкера, консьюмеризм представляет собой не что иное, как позор маркетинга. В своей работе он подчеркивает то, что консьюмеризм обязан своим появлением "дикому" маркетингу, который пытается подвести спрос к требованиям предложения, но не обеспечить соответствие предложения ожиданиям спроса и считает, что консьюмеризм это следствие провала концепции маркетинга. Также Питер Друкер приводит основные критические аргументы:

- 1) маркетинг совершает попытку удовлетворить краткосрочные нужды потребителей за счет их долгосрочного благосостояния;
- 2) товары создаются с целью получения прибыли фирмы, а не с целью удовлетворения потребностей;
- 3) маркетинг сосредотачивает символическую ценность товаров (эмоциональную и субъективную ценность) в ущерб их функциональной ценности.

Необходимо заметить то, что консьюмеризм не ставит под сомнение саму концепцию маркетинга, а призывает к ее полной реализации. На самом деле, данное движение, напоминают рабочие движения, и знаменует "социализацию" спроса. В итоге компания имеет дело с более объединенными потребителями, реагирующими на ее действия организовано и благодаря различным союзам потребителей располагающими, помимо данных, предоставляемых фирмой, независимыми источниками информации.

Консьюмеризм, определенно, поспособствовал повышению уровня этики в практике маркетинга. Он содействует формированию групп давления, которыми организации не следует пренебрегать. К примеру, юристы Международной конфедерации обществ потребителей, в которую входят общества потребителей стран СНГ, возбудили судебный иск к фирме "Сони" обвиняя ее в нарушении требований Закона "О защите прав потребителей" в отношении гарантийных обязательств перед покупателями своей продукции. [3]

При этом задачи консьюмеризма также совершенствуются под влиянием изменений в общей экономической ситуации.

Данное понятие послужило новому этапу развития концепции маркетинга, что соответственно привело к развитию корпоративной социальной ответственности и принятию новой формы ведения бизнеса, а также к пониманию новой роли в общественной жизни и окружающем мире, что способствует формированию задач, решение которых направлено на улучшение жизни и сокращение имеющихся в мире проблем.

Опыт мировых лидирующих брендов показывает, что создание искреннего сообщения, содержащего общезначимые человеческие ценности и отражающего ожидания современного потребителя, возможно только при полноценном социально ответственном ведении бизнеса.

Осуществляя маркетинговую деятельность, компании должны учитывать права потребителей и нести ответственность за их реализацию. Это международно признанные права потребителей на безопасность, информированность, выбор и право быть услышанным.

Право потребителей на безопасность означает защиту потребителей от маркетинга товаров, опасных для здоровья и жизни.

Право потребителей на информированность означает защиту от жульнической или вводящей в заблуждение информации, рекламы, маркирования и предоставления фактов, необходимых для информированного выбора.

Право потребителя на выбор означает гарантированный доступ к разнообразию продуктов и услуг по конкурентным ценам. Удовлетворенность потребителя предполагает возможность оценивать альтернативы на рынке. Консьюмеристы утверждают, что крупные корпорации ограничивают выбор потребителя, затрудняя выход на рынок других

производителей. Маркетер лидирующей марки может много рекламировать, захватывать место на полке в магазине, предлагать частые скидки и купоны. Это делает выход на рынок более сложным и таким образом ограничивает выбор потребителя.

Право быть услышанным означает гарантию полного и благожелательного учета интересов потребителей в формулировании государственной политики. Потребитель имеет право выражать неудовлетворенность продуктом и на предъявление и разрешение своих претензий. Консьюмеризм обеспечивает все вышеперечисленные права.

Библиографический список

1. Азрилиян, А.Н. Большой экономический словарь / А.Н. Азрилиян. — М.: Институт новой экономики, 2008. — 1472 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. — "Вильямс", 2007. - 656с.
3. Туркин, С. Бизнес в местном сообществе. Выгоды. Примеры. Советы [Электронный ресурс] /Управление компанией № 9/2004. — Режим доступа: <http://www.cfin.ru/>

***Уфимцева М.В.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск***

ГОРОДСКОЙ МАРКЕТИНГ

Городской маркетинг - это стратегическое продвижение города или городского района с целью содействия его развитию. Используется для изменения внешнего восприятия города с целью поощрения развития туризма, увеличения въездной миграции, привлечения инвестиций. Важной специфической чертой городского маркетинга является создание новых достопримечательностей, зданий и сооружений. Развитие городов как востребованного продукта приводит к конкуренции между ними за инвестиции и государственное финансирование. Это часто выражается в попытках городов привлечь международные спортивные мероприятия, например: Олимпийские игры. Конкуренция между городами существует на региональном, национальном и международном уровнях, она является последствием глобализации [4, с.208].

Существуют следующие методы городского маркетинга:

- имиджевый маркетинг (создание бренда, имиджа);
- маркетинг достопримечательностей;
- инфраструктурный маркетинг;
- маркетинг людей [3, с.172].

Применительно к городу, маркетинг осуществляется аналогично маркетингу региона, но с учетом особенностей собственно городского образа жизни, среди них:

– высокая плотность населения, что, например, диктует целесообразность активной работы с наружной рекламой и особые формы и каналы распределения, сбыта товаров, оптовой и розничной торговли, развития муниципального потребительского рынка;

– концентрация в городах транспортной и деловой инфраструктуры, что ставит специфические задачи перед маркетингом услуг транспорта, связи, гостеприимства и туризма;

– размещение в городах как местных, так и вышестоящих органов власти, что ведет города к совмещению муниципальных и столичных функций, усиливает «знаковость», символичный характер и значимость имиджевых проблем городского маркетинга как ведущего звена маркетинга территории более высокого уровня организации и управления;

– насыщенность информационной и образовательной среды города, что предоставляет особые возможности маркетинговым коммуникациям, научным разработкам, обучению маркетингу и задает повышенные требования к этим сферам деятельности и др [1, с.203].

Важнейшим инструментом позиционирования и оценки маркетинговой привлекательности города выступает городской продукт в расчете на одного человека как показатель городской производительности труда. Вместе с тем надо иметь в виду, подобно тому, как человека встречают по одежке, так и города во многом воспринимаются и оцениваются гостями преимущественно по местам прибытия и убытия (аэропортом, вокзалам) и отдельным (прежде всего, центральным) районам и улицам.

В условиях урбанизации традиционные направления деятельности муниципальных образований – водоснабжение, обеспечение электроэнергией, уборка мусора, организация культурного досуга – все больше будут зависеть от кооперации, сотрудничества с частным бизнесом. При этом принципиально важно, чтобы социальные предпринимательские интересы находились в гармонии. Маркетинг здесь может сыграть далеко не последнюю роль. В России тормозом в обеспечении действенности коммунальных аргументов городского маркетинга выступает традиционная антимаркетинговая ориентация в организации коммунального обслуживания [2, с.217].

Среди важных проблем городского маркетинга, муниципального образования также можно отметить следующие:

1) Управление развитием городского, муниципального потребительского рынка, условиями торговли, рациональное использование налога с продаж.

2) Подготовка городских кадров маркетологов и маркетинговое образование горожан, представителей мелкого бизнеса, муниципальных предприятий и органов местного самоуправления, маркетинговое информационное и консультационное обеспечение муниципальных образований.

3) Развитие городских маркетинговых коммуникаций, в том числе разработка, популяризация и использование городской символики – флага, герба, гимна, словесных символов, городских наград; разработка и реализация правил создания, размещения и оплаты городской рекламы; управление имиджем города; развитие городских интернет-коммуникаций.

4) Радикальное повышение действенности выставочно-ярмарочной и другой презентационной активности, сфер транспорта, связи, туризма и гостеприимства.

Российские города вступают в период активной и нарастающей конкуренции между собой. Конкурировать придется за все, за инвестиции, информационные потоки, но прежде всего за людей: талантливых врачей, преподавателей, менеджеров, туристов. Территориальные образования, интернируясь в мировую экономику, вынуждены все более конкурировать между собой в борьбе за инвестиции, квалифицированную рабочую силу и покрытие растущего уровня потребностей населения в качестве городских услуг и качестве жизни. Территория из простого места проведения экономических акций становится продавцом товаров и услуг, т. е. равноправным участником рынка.

Библиографический список

1. Божук С.Г. Маркетинговые исследования. Основные концепции и методы. – СПб.: Вектор, 2011. – 203 с.
2. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник / О.С. Виханский. – М: Гардарики, 2010. – 217 с.
3. Голцбуоы Е.П. Маркетинг: стратегия, планы, структуры: учебник / Е.П. Голубков – М.: Дело, 2011. – 172 с.
4. Стась А. Новая геральдика. Как страны, регионы и города создают и развивают свои бренды. — М.: Группа ИТД, 2009. — 208 с.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БЕЗНАЛИЧНОГО ДЕНЕЖНОГО ОБОРОТА В РФ

В настоящее время Россия находится в такой экономической ситуации, когда быстрое и глобальное реформирование платежной системы совпало по времени со всемирным процессом автоматизации и компьютеризации всех сфер человеческой деятельности. В процессе интеграции в мировую экономику наша страна получила возможность воспользоваться банковскими технологиями, которые были созданы в результате длительного эволюционного развития мировой финансовой системы, что позволит сократить время перехода от «бумажных платежей» и промежуточных схем автоматизированной обработки документов к наиболее прогрессивным методам электронных расчетов. Это очень важно, так как основной частью денежного оборота является безналичный платежный оборот, который охватывает практически все сферы хозяйственных отношений предприятий и организаций, банковских и финансовых органов, населения.

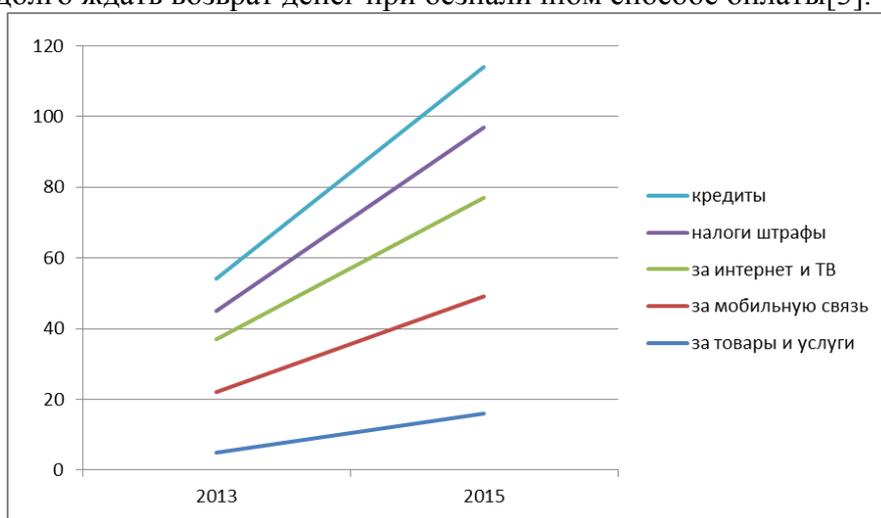
Итак, безналичные расчеты – это расчеты, осуществляемые без использования наличных денег, посредством перечисления денежных средств по счетам в кредитных учреждениях и зачетов взаимных требований. Безналичный оборот охватывает такие сферы хозяйственных отношений, как реализация продукции, работ и услуг; получение и возврат банковских кредитов; выплата и использование фактических доходов. Кроме того, безналичные расчеты имеют важное экономическое значение в ускорении оборачиваемости средств, сокращении наличных денег, необходимых для обращения, снижении издержек обращения в виде дополнительных затрат на печать, хранение, перевозку, пересчет огромного количества денежных знаков, которые потребовались бы при расчетах наличными деньгами[1].

Также безналичные расчеты, во- первых, способствуют концентрации денежных ресурсов в банках (а временно свободные денежные средства предприятий, хранящиеся в банках, являются одним из источников кредитования); во- вторых, способствуют нормальному кругообороту средств в народном хозяйстве; и в- третьих, четкое разграничение безналичного и наличного денежного оборотов создает условия, облегчающие планирование денежного обращения и безналичного денежного оборота. Расширение сферы безналичного оборота позволяет более точно определять размеры эмиссии и изъятия наличных денег из обращения. Важной особенностью современной системы безналичных расчетов является автоматизация процессов прохождения документов на разных стадиях обработки. Почти полностью исключена ручная работа при составлении расчетно-денежных документов. Автоматизирован учет, контроль поступающих для дальнейшей обработки документов и процесс проводки платежей по счетам как внутри учреждений банков, так и между ними[1].

Развитие электронной техники позволило широко использовать безналичные расчеты в форме пластиковых карточек, содержащих зашифрованную информацию, позволяющую их владельцам осуществлять платежи и получать наличные деньги. Это значительно облегчает взаиморасчеты и освобождает человека от необходимости носить с собой крупные суммы денег. Помимо того, пластиковые карточки, как одна из наиболее новых и надежных форм безналичных платежей, позволяют банкам аккумулировать средства держателей карточек, затрудняют злоумышленникам пути завладения чужими денежными средствами, выступают в ряде случаев как средство кредитования. Сейчас процесс развития пластиковых денег в нашей стране идет все более стремительными темпами, именно они являются самой перспективной формой безналичных расчетов.

Однако, существуют трудности, которые являются тормозом в развитии системы безналичных расчетов. Например, консерватизм россиян, которым тяжело отойти от привычных расчетов наличными денежными средствами и перейти на новый уровень расчета – картами. Но все же за последние два года россияне стали в три раза чаще расплачиваться безналичным способом за товары и услуги (5% в 2013 году и 16% в 2015-м) и в два раза чаще — за мобильную связь (17% в 2013-м и 33% в 2015-м), за интернет и коммерческое ТВ (15% против 28%), платить налоги и штрафы (8% против 20%), кредиты (9% против 17%).

В качестве основной причины, по которой граждане с недоверием относятся к безналичным расчетам, выступила несовершенная инфраструктура: 44% россиян, предпочитающих наличные платежи, отметили, что карты принимают не везде или от случая к случаю. Четверть (26%) боятся мошенников, 17% опасаются, что карту могут украсть. 14% считают, что кто-то может подсмотреть ПИН-код, или торговая точка может повторно списать деньги или не ту сумму. 8% опрошенных, выбирающих наличные, не хотят долго ждать возврат денег при безналичном способе оплаты[3].



Также согласно статистическим данным Центрального банка РФ, в 2013-2014 году на долю безналичных операций пришлось более 70 %, снятие наличных составило 30 %. Иными словами, доля операций, совершенных с картами, превысила долю операций по снятию наличных[2]. Доля безналичных денег в общем объеме денежной массы в России в конце 2014 года составила 77,67%. Это больше, чем в США (65, 7%), но меньше, чем в Японии (90%).

Исходя из вышесказанного, следует, что постепенное развитие и модернизация банковских методов и технологий в Российской Федерации, к которым можно отнести и увеличение объема банковских карт, должно в конечном итоге привести к сокращению наличных денег, а также к ускорению процесса переводов и увеличению уровня надежности безналичных расчетов.

Библиографический список

1. Безналичные расчеты: современное состояние и перспективы развития [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://sibac.info/studconf/econom/xiv/35167>. Дата обращения: 6.04.2016
2. Предложения по модернизации кредитно-финансовой системы России [Текст] — М.: Экономика, 2012. — 186 с.
3. Самиев Павел, популярность безналичной оплаты у россиян [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/bankpress/?id=8724275>. Дата обращения: 6.04.2016

МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНТЕРНЕТ- ПРОДАЖАХ

Искусство рекламы издавна было вернейшим помощником увеличения продаж. Человечество создало множество возможностей для размещения информации о предоставляемых товарах и услугах, и с каждым новым поколением эти возможности становились всё сложнее и технологичнее.

Один из последних прорывов в сфере продвижения чего либо интернет - маркетинг. Интернет-маркетинг (англ. Internet - marketing) — это практика использования всех аспектов рекламы в Интернете для получения отклика от аудитории, которая включает как творческие, так и технические аспекты работы в сети интернет, в том числе дизайн, разработку, рекламу и маркетинг.

Проще говоря, интернет-маркетинг - это деятельность по привлечению и удержанию клиентов посредством Интернета.

Интернет-маркетинг впервые появился в начале 1990-х годов, когда текстовые сайты начали размещать информацию о товарах. Через некоторое время интернет-маркетинг перерос в нечто большее, чем продажа информационных продуктов, сейчас идет торговля информационным пространством, программными продуктами, бизнес-моделями и многими другими товарами и услугами.

Можно выделить четыре основных функции интернета: коммуникация, информация, развлечения и е-коммерция (электронная коммерция - это совокупность технических и организационных форм ведения коммерческой деятельности и совершение операций с использованием электронных систем и сети интернет, как средства взаимодействия с партнерами, банком, поставщиками и потребителями товаров и услуг).

Далее представлена характеристика каждой из функции интернета:

1. коммуникация (электронная почта, мгновенные сообщения, чаты, онлайн-сообщества). Для ведения как домашнего хозяйства, так и видов бизнеса одним из наиболее, популярных приложений Интернета является электронная почта. Более поздней версией электронной почты стали мгновенные сообщения. Другими популярными способами общения являются чаты и доски объявлений. Они выступают в качестве форумов, через который группа людей может обмениваться информацией;

2. информация (поисковые устройства, онлайн-публикации, новостные группы, порталы). Для многих пользователей получение информации - одна из основных причин, которым они выходят в онлайн;

3. развлечения (игры, программирование радио - и телевизионных передач, музыка, электронные книги, короткие фильмы). Онлайн-провайдеры развлечений могут предлагать самые разные услуги по разумным ценам и с приемлемыми скоростями обслуживания. В онлайне доступны игры, радиопрограммы, короткие кинофильмы и музыкальные клипы, предлагаемые пользователям и бесплатно, так как в этом случае издержки покрываются рекламодателями, размещающими свои материалы на веб-сайте;

4. е-коммерция (электронные сделки, сделки через экстранет и сети частных бирж, электронные витрины, онлайн-заказ билетов, аукционы). Сегодня электронная коммерция - основная функция паутины. Почти каждая организация - от мультинациональных корпораций до индивидуальных предпринимательских структур, от продавцов товара до провайдеров услуг - так или иначе пользуется возможностями паутины.

Интернет-маркетинг использует большое количество разнообразнейших методов воздействия на адресата - как адаптированных к новым условиям инструментов оффлайн -

маркетинга, так и совершенно новых, чья реализация стала возможной только благодаря техническим возможностям сети интернет.

Основные методы интернет - маркетинга:

- SEO (поисковая оптимизация - это комплекс способов и методов, предназначенных для задействования и усиления всех положительных (как внутренних так и внешних) факторов которые берутся в расчет алгоритмами поисковых систем для определения позиций каждой страницы в результатах поиска по нужным словам (поисковым запросам)). Наиболее эффективный способ продвижения, сводящийся к повышению позиции сайта в поисковых выдачах. В случае, если поисковые системы не выдают ваш сайт при нужных запросах пользователей сети, лучший способ изменить это - прибегнуть к технологиям поисковой оптимизации. Комплекс мер по SEO приведет к улучшению видимости интернет - ресурса в выдаче результатов на поисковые запросы аудитории. Важную роль здесь играет контент и индекс цитируемости сайта в сети. Сайт, содержащий мало интересной и полезной информации о продукте вряд ли поднимется в поисковых системах, поэтому на формирование и обновления контента стоит с самого начала потратить не мало сил и времени. А индекс цитируемости зависит от количества и авторитетности интернет-страниц, ссылающихся на сайт. Результатом поисковой оптимизации станет заметное увеличение числа посетителей сайта.

- Реклама. Одной из распространенных технологий продвижения продукта как в оффлайне, так и в онлайн является реклама. В интернет - маркетинге выделяют несколько ее видов. Это контекстная реклама и баннерная. Выбор какого-либо определенного вида рекламы зависит от ваших целей. Баннерная реклама яркая и привлекательная, способствует охвату широкой аудитории, и, как правило, укрепляет имидж вашей компании в целом и товара в частности. Контекстная реклама прямо направлена на вашу целевую аудиторию, так как размещается в поисковых системах или на веб-страницах таким образом, что сходится или близка по теме с запросами аудитории.

- Прямой маркетинг. Использует e-mail рассылки, RSS и другие способы непосредственного донесения информации для прямого воздействия на каждого конкретного пользователя. Осуществляется исключительно при наличии собственной базы контактов, наработанной в ходе предшествующих действий. Прямой маркетинг - это не спам, это отправка информационных сообщений тем людям, которые либо уже стали вашими клиентами, либо дали согласие на рассылку. Это значит, что и те и другие заинтересованы в вашей продукции, новинках и различных специальных предложениях. Это исключительно ваши потенциальные клиенты.

- PR. Практически целиком ориентирован на создание благоприятного имиджа. Включает в себя размещение положительных отзывов, статей и пресс - релизов на доступных площадках, в идеале - в связи с актуальными интересными инфоповодами.

- Вирусный маркетинг. Предполагает запуск развлекательного контента с упоминанием о бренде или товаре в содержании. Развлекательная форма информации позволит ему распространяться за счёт самих пользователей, которые будут делиться понравившимися им видео, фотоподборкой или игрой с друзьями.

Каждая технология интернет-маркетинга эффективна по-своему. Но все они направлены на формирование общественного мнения о вашем продукте и имиджа вашей компании. Поэтому являются неотъемлемым элементом ведения бизнеса на пространствах интернета. Наиболее эффективным является комплексный интернет - маркетинг, совмещающий сразу несколько методик.

Используя интернет - маркетинг для продвижения продукта компания вызовет у целевой аудитории больше доверия в силу большей доступности обратной связи - получить дополнительное консультирование онлайн гораздо проще, чем в режиме живого общения с представителями компании.

Кроме того, интернет - маркетинг куда более гибок. Он позволяет ориентироваться на динамично изменяющуюся ситуацию и изменять стратегию буквально на ходу, не терпя при этом никаких убытков.

Библиографический список

1. Бун Л., Куртц Д. Современный маркетинг [Текст] / пер.с англ.(В.Н.Егорова): учеб. для студентов вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 218 с.
2. Индустрия интернет - маркетинга - Технологии продаж через интернет [Электронный ресурс]// Информационный интернет журнал / URL: <http://elgreloo.net>
3. Продвижение товаров и услуг через Интернет [Электронный ресурс] // Энциклопедия маркетинга / URL: <http://www.marketing.spb.ru>
4. Современные маркетинговые технологии [Электронный ресурс] // Электронная библиотека студента (Библиофонд) / URL: <http://bibliofond.ru>

***Чеботарёва П.С.
Федорова К.А.
г. Челябинск***

ПРОБЛЕМА ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЕЖИ И ПУТИ ЕЕ РЕШЕНИЯ

Проблема трудоустройства выпускников после окончания вузов сегодня чрезвычайно актуальна. Система государственного распределения – ушла в прошлое. Сегодня молодой специалист сталкивается с довольно жесткими условиями рынка, из которых он не всегда выходит победителем. В настоящее время молодежь представляет наиболее многочисленную группу безработных – более 30 % от общего числа зарегистрированных безработных. Кроме того, 25-28 % от общей совокупности безработной молодежи составляют выпускники учебных заведений [5, с. 62].

В настоящее время одной из наиболее острых социальных проблем общества является проблема безработицы выпускников вузов. Молодежный рынок труда характеризуется негативными тенденциями: растут масштабы регистрируемой и скрытой безработицы среди молодежи, увеличивается ее продолжительность.

Трудоустройство молодежи является сложной и актуальной проблемой, так как спрос на молодую рабочую силу, не имеющую опыта работы и дополнительных навыков невелик. Так, все причины невозможности трудоустройства молодежи можно условно разделить на три группы:

Во-первых, сложившиеся стереотипы у работодателей о молодом специалисте.

Во-вторых, необоснованные представления молодежи о путях адаптации в сфере труда и занятости.

В-третьих, происходит падение престижа производительного труда для значительной части молодых людей.

Все эти причины ведут к невозможности трудоустройства молодежи. На наш взгляд, в решении этой проблемы может помочь эффективное взаимодействие руководства вузов и коммерческих организаций в части прохождения студентами качественной и полезной практики.[1]

В настоящее время отмечается несоответствие уровня квалификации выпускников с требованиям работодателей – отсутствие опыта принятия самостоятельных решений, недостаток знаний, необходимых для работы в рыночных условиях, отсутствие практических навыков по полученной профессии.[2]

Выбор специальности, по которой будет осуществляться обучение, часто делается



абитуриентом исходя из идеальных представлений о будущей работе, а не в результате анализа реальной ситуации на рынке труда.

Наибольшим спросом у молодежи пользуются профессии гуманитарной направленности. Таким образом, происходит падение престижа профессий технической направленности.[4]

Некоторые считают, что одним из действенных способов решения этого противоречия являются службы занятости, выступающие органом координации и регулирования процесса трудоустройства молодежи, преодоления молодежной безработицы. Другие предлагают создать Центр мониторинга рынка труда и образовательных услуг, который осуществлять мониторинг перспективных профессий, свободных вакансий и уровня заработной платы; вести рейтинг предприятий и учебных заведений региона, а также осуществлять всевозможные опросы населения на темы профориентации, занятости и трудоустройства.[3]

Вуз должен помогать своим выпускникам в поиске работы по специальности, но только в том случае, если выпускнику сам прилагает усилия к этому. Договоренности

Вуз с рядом коммерческих организаций, которые готовы взять выпускников работать по их специальности, могут помочь в решении проблемы трудоустройства выпускников. При этом важно выстроить такие взаимоотношения, которые были бы взаимно полезны и коммерческим организациям, и выпускникам.

Хотелось бы изложить предложения по решению проблем трудоустройства выпускников.

Во-первых, вузам следует тесней налаживать взаимодействие с различными предприятиями и организациями, а именно договариваться о стажировках своих студентов в данных организациях. Теоретическая база, которую дает высшее учебное заведение, подкрепленная обилием практики – это залог успешной подготовки грамотного молодого специалиста.

Во-вторых, подобно столичному опыту, вузам нужно развивать такую практику, при которой место стажировки студента в дальнейшем может стать его местом работы по окончании учебного заведения.

В-третьих, для повышения заинтересованности как крупных и средних, так и малых частных компаний в приеме к себе на работу молодых специалистов следует ввести льготное налоговое обложение.

В-четвертых, следует принять закон о квотировании рабочих мест за теми, кто впервые ищет работу по специальности. С таким предложением выступил Российский студенческий союз. Согласно информации, размещенной на его сайте, Союз предлагает улучшить законодательство и принять Федеральный закон «О квотировании первого рабочего места». [5]

Библиографический список

1. http://pravmisl.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1326
2. http://www.rusnauka.com/15_NPN_2013/Economics/5_138166.doc.htm
3. <http://nsportal.ru/shkola/raznoe/library/2012/02/10/problems-trudoustroystva-molodezhi>
4. <http://myuniversity.ru/>
5. Чернышева Н. И. Проблема трудоустройства выпускников учебных заведений и поиск путей ее решения//Наука и экономика. 2011. № 1-5. С. 62-63.

***Черепанова Н.Ю.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В 2016 ГОДУ

В настоящее время банковская отрасль России столкнулась с большим количеством проблем. Банковская система переживает кризис и продолжает проходить через период подъема проблемных активов и, как и вся экономика, нуждается в необходимости приспособиться к изменяющимся условиям.

Конкурентоспособность банковской системы и экономики состоит в зависимости от способности системы предоставлять высококачественные и приемлемые по цене услуги финансового посредничества для всех российских экономических агентов: от крупного и среднего бизнеса до малых предприятий и физических лиц.

В экономически развитых городах и областях страны банковские услуги доступны, но в некоторых наименее успешных регионах количество филиалов коммерческих банков не слишком велико. По количеству банков Россия в восемь раз уступает Соединенным Штатам Америки, по размеру дополнительных офисов и отделений – на 25%.

В области кредитования физических лиц отмечается динамика снижения выданных

кредитов, но прослеживается рост выданных ипотечных кредитов. Несмотря на то, что значение долговой нагрузки в целом по стране в 2015 г. снизилось, средний долг физических лиц в России в полтора раза превышает размер среднемесячной заработной платы. По мировым стандартам это высокий уровень.

Согласно данным Центрального Банка, в прошедшем году произошел рост кредитных рисков банковской сферы. Данный факт является предпосылкой развития банковского сектора в текущем году.

В таблице 1 представлены тенденции развития банковского сектора в трёх сценариях.

Таблица 1.

Тенденции развития банковского сектора в 2016 г.

Показатель	Негативный сценарий	Базовый сценарий	Позитивный сценарий
Цена нефти, долл. за баррель	25	35	45
Темп прироста реального ВВП, %	-2	-1	0,5
Курс рубль/доллар	100	80	65
Уровень инфляции, %	14	10	7
Ключевая ставка ЦБ РФ, %	12	11	8

Согласно данным таблицы 1, определение количественных данных банковской сферы в этом году будет опосредовано ценовой политикой на нефть. При реализации базового сценария средняя стоимость за баррель нефти составит 35 долларов при среднегодовом курсе доллара – 80 рублей. При этом, ключевая ставка Центробанка определяется на уровне 11%, а темпы инфляции – 10%. При наступлении отрицательного варианта хода событий в банковском секторе стоимость за баррель нефти уменьшится до 25 долларов, а курс за год за год увеличится на 20 рублей по сравнению с базовым сценарием. Позитивный сценарий предполагает повышение цен на нефть и высокие инфляционные ожидания, которые позволят Центробанку понизить ключевую ставку на 3 процентных пункта от базового варианта. Вероятность наступления базового сценария эксперты оценивают в 50%, негативного и позитивного – 30% и 20%, соответственно.

В таблице 2 заключены данные, составленные специалистами агентства «Ра-Эксперт», о финансовых показателях банковской системы в 2016 г. в трёх различных вариантах.

Таблица 2.

Финансовые показатели банковской системы, млрд. руб.

Показатель	Негативный сценарий	Базовый сценарий	Позитивный сценарий
Активы	81000	83500	86000
Кредиты крупному бизнесу	28500	30000	31500
Кредиты малому и среднему бизнесу	4700	4900	5200
Необеспеченные кредиты физических лиц	5400	5700	5900
Ипотечные кредиты	3600	4000	4300
Прибыль	180	300	430

Данные таблицы 2 показывают, что при реализации базового сценария к концу текущего года активы коммерческих банков увеличатся на 2%. При высоких темпах инфляции спрос населения к различным кредитным услугам уменьшится. Объем выданных

ипотечных кредитов уменьшится на 18% - в связи с этим портфель ипотечных кредитов покажет нулевую динамику.

При наступлении отрицательного сценария активы банков не возрастут, а при положительном сценарии темп прироста составит 5%. В случае реализации отрицательного сценария развития банковского сектора величина выданных ипотечных кредитов населению покажет отрицательную динамику в размере 35%.

В случае реализации положительного сценария развития банковского сектора объем выданных кредитов не покажет резкого увеличения по сравнению с базовым сценарием даже при условии, что случится снижение темпов инфляции и значительное уменьшение ключевой ставки (до 8%). Для того чтобы оценить тенденции развития банковского сектора в текущем году, необходимо рассмотреть рейтинг банков по размеру активов (таблица 3). Рейтинг российских банков по величине активов позволяет оценить финансовое состояние банка: чем больше прирост активов, тем более сильные позиции занимает банк на финансовом рынке.

Таблица 3.

ТОП-10 банков по размеру активов

Место на 01.12.2015	Место на 01.12.2014	Наименование банка	Активы на 01.12.2015, млн. руб.	Активы на 01.12.2014, млн. руб.	Темп прироста, %
1	1	ПАО Сбербанк	22317240	20259177	10
2	2	Банк ВТБ (ПАО)	8851353	7782245	13
3	3	Банк ГПБ (АО)	4902042	4516864	8
4	8	ПАО Банк "ФК Открытие"	2840495	1510508	88
5	4	ВТБ 24 (ПАО)	2820302	2742955	2
6	6	АО "Россельхозбанк"	2542312	2110283	20
7	7	АО "АЛЬФА-БАНК"	2118492	2090239	1
8	5	ОАО "Банк Москвы"	1761553	2446639	-28
9	10	Банк НКЦ (АО)	1397808	1139482	22
10	9	АО ЮниКредит Банк	1308133	1192901	9

По данным таблицы 3 видно, что первая десятка рейтинга банков России по размеру активов потерпела изменения в 2015 году.

Таким образом, реализация сценариев развития приведет к усилению консолидации активов на банках с государственным участием и крупных частных банках по итогам 2016 года. Предполагается дальнейшее уменьшение числа существующих кредитных организаций вследствие острой потребности многих банков в дополнительном капитале и снижения интересов собственников в поддержке своих банков на фоне снижающейся рентабельности.

Библиографический список

1. Стародубцева, Е. Б. Банковское дело [Текст] : учеб. пособие для вузов / Е. Б. Стародубцева. – М. : Инфра-М, 2014. – 463 с.
2. Рейтинговое агентство эксперт РА [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/>. - Загл. с экрана.

Чижова О.В.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск

МАРКЕТИНГ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

В наш стремительный век, переполненный информацией и всякого рода продукцией, люди все больше и больше ценят эмоции. Необходимо помнить, что эмоциональная привязка намного сильнее, чем простые привычки, поэтому маркетинг впечатлений сегодня выходит на первый план.

Маркетинг впечатлений – это особый вид рекламы, в котором наибольшее внимание уделяется обеспечению возможностей для потребителей «прочувствовать» бренд, на себе ощутить все ценности, которые он олицетворяет, пережить какую-либо историю. Если традиционные формы рекламы (печатная, радио и телевидение) преследует конкретные цели – вербально и визуально передать все преимущества самого бренда и продвигаемого продукта, то сформулировать цели, которые преследует маркетинг впечатлений, намного сложнее.

Главное назначение маркетинга впечатлений – увлечь потребителей продвигаемым продуктом, задействуя максимально возможное количество каналов, с помощью которых мы воспринимаем информацию. Таким образом, маркетинг впечатлений может совмещать большое разнообразие других маркетинговых стратегий и приемов – от раздачи пробников до масштабного партизанского маркетинга. В конечном итоге его цель – сформировать прочную и эмоционально обусловленную связь между потребителем и брендом, что, в свою очередь способствует повышению лояльности клиентов и непосредственно влияет на процесс принятия ими решения и покупке того или иного товара.

Маркетинг впечатлений – явление не столь уж новое, количество товаров и услуг в современном мире увеличилось настолько, что рынок уже перенасыщен, а конкуренция на нем чрезвычайно высока. Бренды, чтобы выделиться на фоне своих конкурентов, просто обязаны предоставлять потребителю запоминающийся опыт

Бренды используют маркетинг впечатлений для поддержания основной рекламной кампании или же для того, чтобы привлечь внимание общественности к определенному событию или мероприятию. Хотя по мере роста влияния вирусного эффекта в интернете, многие компании начали разрабатывать и реализовывать кампании, основанные на маркетинге впечатлений, сами по себе, независимо от особого повода или основной маркетинговой программы.

В мире есть достаточно много ярких примеров маркетинга впечатлений. Взять, к примеру, DisneyLand, Starbucks и CirqueDuSoleil. В случае с DisneyLand эмоции остаются на всю жизнь, даже у взрослых, ведь они полностью погружаются в атмосферу детства. А дети в свою очередь вырастают и отправляют своих детей в ту сказку, в то театрализованное шоу, где все герои словно ожили из их любимых мультфильмов.

Ярчайший пример маркетинга впечатлений, где клиент остается лоялен навеки, так как успех компании построен исключительно на впечатлениях-CirqueDuSoleil со своими уникальными магическими и неповторимыми шоу гастролируют по миру, и поистине потребитель здесь встречается с новым видом шоу и получает неиспытанные ранее впечатления. Кофе Starbucks дарит людям не кофе, а впечатления, память о посещении кофейни. Поистине эти эмоции остаются с клиентом, и он готов делиться опытом с друзьями, коллегами и близкими.

Можно 10 лет пользоваться одним компьютером, но, когда появляется iPad, люди мгновенно меняют свои привычки, потому что переход на iPad изменил опыт людей. С точки зрения потребительского поведения подмечено, что клиентом в момент выбора движет во многом эмоция, нежели разум. Эмоции остаются надолго, а ведь эмоциями люди готовы делиться, и здесь включается тот самый принцип «сарафанного радио». Для таких компаний снижается затратность PR и рекламы.

В качестве примера такой рекламной кампании можно привести рекламу производителя шоколада Milka, который выпустил 10 миллионов плиток, в каждой из которых не хватало одного кусочка. Озадаченные любители шоколада чуть позже узнали, что недостающий кусочек они могут получить по почте или же отправить его с персональным сообщением своему другу или второй половинке. Таким образом, рекламная кампания имела большой охват, ведь она способствовала созданию эмоциональной связи не только с потребителями шоколада, но и с теми, кому они решили отправить недостающий кусочек.

Сегодня тема маркетинга впечатлений очень актуальна, особенно для тех компаний, которые хотят не только завоевать клиента, но и добиться устойчивого конкурентного преимущества.

Библиографический список

1. Акулич, И.Л. Маркетинг 6-е изд. Учебник для студентов экономических специальностей вузов [Текст] / Акулич, И.Л. Минск: Высшая школа, 2009. – 511 с.
2. Джозеф, Б. Пайн II, Джеймс, Х. Гилмор. «Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена» [Текст]: Издательство «Вильямс»; М.; 2005г. - 67 с.
2. Бабкин, В. , Карабинский, Е. Маркетинг и реклама [Текст] // Всеукраинский научно-практический журнал. - Киев : НВФ «Студцентр», 2008г. N 2, 40-42с.
3. Маркетинг впечатлений: трудно продать что-нибудь без эмоций (материалы круглого стола) // Маркетинг и реклама, №2, 2008, 48-55с.

***Щербаков А.П.
Тюнин А.И.
г. Челябинск***

СПЕЦИФИКА ЗАДАЧ, ПРЕДНАЗНАЧЕННЫХ ДЛЯ КОНТРОЛЯ И САМОКОНТРОЛЯ НА УРОКАХ ЭКОНОМИКИ

Проблеме контроля и самоконтроля уделяется много внимания многими педагогами и учеными, так как не имеет одинаковых позиций. Контроль знаний и умений учащихся, является одной из главных частей процесса обучения по предмету экономика. С помощью контроля, можно определить с каким уровнем учебный материал усваивается учащимися на различных этапах обучения, что помогает выявить проблемные места в знаниях, на которые следует обратить учителю внимание. При сочетании текущих и итоговых проверок, можно достичь максимальный уровень эффективности обучения.

На сегодняшний день большая часть учеников, не считают проверку своей работы своей обязанностью, а считают исключительно обязанностью учителя, а дома – родителей. Поэтому детей нужно научить самостоятельно, производить контроль и добиваться понимания значимости проверки своей работы.

Ушинский К.Д. считал, что умственную работу школьников, подавляют существующие способы контроля. В то время пока учитель опрашивает класс, остальные учащиеся, волнуются в ожидании, абсолютно зря теряют своё время и не способны проявить любознательность и инициативу.

Матвелов С.Г. считает, что самоконтроль является составной частью любой деятельности школьника и нужен для предупреждения и обнаружения ошибок, которые были совершены в процессе обучения.

Основная цель задач предназначенных для контроля знаний и умений учащихся по экономике является определение уровня усвоения учащимися учебного материала предусмотренного программой по предмету, а так же для создания необходимых условий для последующего включения учащихся в активную творческую деятельность.

Школьники должны воспитать в себе такие качества, как ответственность за выполненную работу, проявление инициативы.

Задачи, предназначенные для контроля знаний и умений учащихся по экономике, выполняют следующие основные функции в процессе обучения:

1. Контролирующую;
2. Обучающую;
3. Диагностическую;
4. Прогностическую;
5. Развивающую;
6. Ориентирующую;
7. Воспитывающую.

Все задачи для контроля можно разделить на следующие 4 типа:

1 тип – Логико-поисковые. Они требуют взаимосвязи последовательных действий, направленных на осмысление категориального аппарата.

2 тип – познавательно-поисковые. Учащиеся на основе известных представлений, знаний, способов решения экономических проблем добывают новые знания и способы их решений.

3 тип – исследовательские экономические задачи. Используются известные и осваиваются новые методы и приемы решения экономических ситуаций.

4 тип – творческие экономические задачи. В ходе решения у учащихся формируется система экономических знаний, умений, качества, необходимые новому типу личности.

Организация задач предназначенных для контроля и самоконтроля учебной деятельности у школьников, способствует повышению эффективности и результативности самостоятельной работы, воспитанию у учеников способности самостоятельно добывать знания и мыслить. При организации самостоятельной работы, необходимо предварительно научить школьников методам нужные для организации познавательной деятельности. Поэтому учитель должен особо выделять представляющий дидактическую ценность для формирования типовых способов действий учебный материал.

Во время разработки контрольных и самостоятельных заданий по экономике следует руководствоваться следующими критериями:

Значимость. Для контроля включают структурные, ключевые, наиболее важные элементы, без которых знания, умения и опыт становятся неполными.

Научная достоверность. Содержит только-то содержание учебной дисциплины, которое поддается некоторой рациональной аргументации и является объективно истинным.

Репрезентативность. В контрольные задания должны включаться не только значимые элементы содержания, но и должно обращать внимание на полноту и их достаточность для контроля.

Комплексность содержания контрольных задач. Контрольные задачи, разработанные для итогового контроля, должны состоять из различных тем, комплексно отображая основные, если не все, темы курса. Важно сбалансировано отображать в контрольных задачах основной теоретический материал, вместе с методами практической деятельности, умениями эффективно решать типовые задания.

Методика преподавания экономики располагает значительным теоретическим багажом и практическим опытом в организации заданий предназначенных для контроля и самоконтроля учебной деятельности у школьников, поэтому сейчас больше внимания уделяется на чисто контролирующую или обучающую его функцию.

Контроль со стороны учителя за работой школьников, обычно направлен на установление полноты выполнения учащимся заданий и соответствия уровня умениям решать задачи, принятым нормам и образцам, на выявление пробелов и недочётов в их

знаниях и умениях, а так же на сформированность приёмов самоконтроля, играет важнейшую роль в воспитании самоконтроля.

Проблема контроля постоянно привлекает к себе внимание учителей и методистов, так как в нём кроются разнообразные и далеко не исчерпанные возможности воспитывающего обучения.

Библиографический список

1. Кайзер Ф., Камински Х. Методика преподавания экономических дисциплин. Основы концепции. Вита-Пресс, 2007 г. – 184с.
2. Канарская О.В. Инновационное обучение: методика, технология, школьная практика – СПб., 1997.
3. Лебедев О.Е. Качество - ключевое слово современной школы. СПб, Просвещение, 2008 – 189с.
4. Савицкая Е.В. Уроки экономики в школе: В 2 кн. Кн. 1: 9 кл. – М.: Вита – Пресс, 1998. – 447с.
5. Соловьева Ю.А. Самостоятельная работа учащихся – СПб.: Европейский дом, 2009.
6. Тюнин А.И. Непрерывное экономическое образование в условиях общеобразовательной школы. – Алматы, 2004. 192с.
7. Хвесеня, Н. П. Методика преподавания экономических дисциплин: учебно-методический комплекс. Минск: БГУ. 2006. - 116с.

***Черняева Р.В.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Многие из известных социальных проблем, таких как бедность, безработица, неграмотность сопровождали общество в течение всей истории человечества. В процессе их решения и в достижении социально-экономической стабильности любой страны важнейшую роль играет социальная направленность государственной политики.

Социальную политику можно определить как деятельность государства и иных общественных институтов, направленную на прогрессивное развитие социальной сферы, совершенствование условий, образа и качества жизни людей, обеспечение достойного уровня благосостояния, формирование необходимой социальной поддержки, помощи и защиты.

На протяжении многих исторических периодов именно государство исполняло роль монопольного субъекта социальной политики, являясь одновременно и ее гарантом. Однако, с переходом к новым экономическим отношениям произошли весомые изменения в социальной сфере. Субъектами социальной политики, стали являться не только государственные органы власти, но и целый ряд гибридных структурных форм, а также действующие в социальной сфере негосударственные организации, общественные объединения граждан. Участие негосударственных организаций в оказании услуг в социальной сфере позволяет существенно повысить эффективность использования общественных ресурсов, выделяемых на эти цели, активно внедрять в практику инновационные социальные технологии, привлекать внебюджетные инвестиции для развития объектов социальной инфраструктуры.

Теория социального государства явилась исторической инновацией XIX в., направленной на решение весьма острых социальных противоречий того времени. В дальнейшем сформированные модели и идеи социального государства и связанные с ними

вопросы социальной солидарности и партнерства оказались весьма востребованными в значительном числе государств и в XX, и в XXI вв.

Модели социального государства в настоящее время вполне успешно действуют в мировой практике. Можно выделить англо-американскую модель, характерную для таких стран как США, Канада, Австралия, Великобритания, где основной акцент социальной политики делается, в основном, на частный сектор, на благотворительные и общественные организации, на социальных предпринимателей, которые имеют собственную разветвленную социальную инфраструктуру. Роль государства в такой модели – минимальна и оно является лишь регулятором определенных социальных гарантий. При этом социальные программы направлены на самые бедные слои общества.

Франко-германская модель, напротив, подразумевает, широкие обязательства и высокую степень вмешательства государства в сферу социальной политики и сохраняет статусные различия социальных групп, включая ориентацию на традиционную структуру семьи и традиционную роль женщин.

Наиболее ярко описанная модель реализуется в Германии, где государственные социальные инвестиции достаточно широко охватывают такие сферы, как здравоохранение, социальное страхование, жилищно-коммунальную сферу. Финансовая система Германии построена таким образом, что огромное внимание в ней уделяется социальному обеспечению и поддержанию стабильного уровня жизни населения.

Исходя из этого, социальная политика определяется такими ключевыми элементами как широкая сеть институтов социальной защиты и поддержки населения, как государственными институтами, так и негосударственными социально ориентированными организациями; участие региональных органов государственной власти и муниципальных образований в обеспечении социальной стабильности всех слоев населения; развитие многофункциональных центров оказания государственных и муниципальных услуг с внедрением электронных технологий.

В соответствии с частью 1 статьи 7 Конституции Российской Федерации, наша страна является социальным государством, политика которого направлена на «создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека», обеспечение высокого уровня социальной справедливости посредством активной деятельности государства порегулированию социальной, экологической, экономической и других сфер жизнедеятельности общества, установлению в нем социальной справедливости и солидарности, а также ослабление социального неравенства.

К сожалению, в России еще не до конца сформирована четкая модель социальной политики и действуют некоторые принципы советской концепции социального государства с соответствующими методами и инструментами.

Так, например, до сих пор отдельные группы получателей социальных услуг обеспечиваются неодинаково. Как и в советское время существует огромное количество привилегий и иногда качество, и количество услуг зависит от социального статуса получателя. Нет системы перераспределения доходов от богатых к бедным.

Согласно исследованию GlobalWealthReport за 2014 г. именно в России наблюдается самый высокий уровень имущественного неравенства в мире. Десятая часть ее домохозяйств контролирует 85 % национального благосостояния, этот показатель выше, чем, например, в США (75 %) и в Китае (64 %). Тем не менее, благосостояние среднестатистического взрослого россиянина выросло с менее чем 3 тыс. долл. в 2000 г. до более 19 тыс. долл. в 2014 г. Это отражает существенный прогресс России по сравнению со странами, которые находятся на аналогичном уровне экономического развития.

Государственная социальная политика в Российской Федерации – это единственный эффективный инструмент сглаживания социальных разногласий и конфликтов, инструмент обеспечения равных возможностей граждан для реализации их потребностей и интересов.

Анализируя опыт и теоретические аспекты функционирования моделей социального государства зарубежных стран, можно предположить, что уход от единовременного контроля государством социальной сферы и акцент на реализацию механизмов государственно-частного партнерства, совершенствование законодательства, а также развитие таких институтов как микрофинансирование, некоммерческая деятельность в социально-экономической сфере и социальное предпринимательство может стать оптимальным вариантом общественного развития нашей страны в современных условиях и началом реализации именно российской модели социального государства.

Библиографический список

1. Маклаков В.В. Конституции зарубежных государств: Великобритания, Франция, Германия, Италия, Европейский Союз, США, Япония. М., 2012. С. 269.
2. Кикал Дж., Лайонс Т. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше : пер. с англ. М., 2014. С. 58
3. Информационно-правовой портал // ГАРАНТ [Электронный ресурс]. М., 1990-2015. URL: http://base.garant.ru/10103000/1/#block_1000
4. Калманова С.А. О понятии социального государства // Вестник Московского государственного открытого университета. 2011. № 3. С. 34–41.
5. Социальное предпринимательство в регионах России: все только начинается. – [Электронный ресурс] / Российское информационное агентство «Федерал-Пресс» // Режим доступа: http://fedpress.ru/news/press_center/press_club/1372685465-sotsialnoe-predprinimatelstvo-v-regionakh-rossii-vse-tolko-nachinaetsya

*Шестова А.А.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск*

РЫНОК ТРУДА И ЕГО ОСОБЕННОСТИ В РФ

В системе экономических отношений рынок труда занимает важное место. На этом рынке сталкиваются интересы трудоспособных людей и работодателей, которые представляют государственные, муниципальные, общественные и частные организации. Отношения, складывающиеся на рынке труда, имеют ярко выраженный социально-экономический характер. Они затрагивают насущные потребности большей части населения страны. И некоторые особенности развития рынка в РФ важны для любого гражданина. Именно поэтому это экономическое явление является важным и широко исследуемым различными учеными. Этот факт дал толчок для создания нашей статьи. Необходимо определить, какими особенностями обладает рынок труда в России и как решаются существующие проблемы.

Для того, чтобы определить особенности рынка труда в России, необходимо разобраться в том, что подразумевается под понятием «рынок труда».

«Рынок труда - неотъемлемая часть рыночной экономики, где принимаются решения, связанные с наймом и занятостью работников и ведутся индивидуальные и коллективные переговоры (часто при участии профсоюзов и государства) об уровне оплаты, условиях труда и иных аспектах трудовых отношений между нанимателями и работниками в условиях сложившейся институциональной среды» [1].

Рынок труда тесно связан с другими рынками - капитала, земли, товаров и услуг. Производители товаров и услуг предъявляют спрос на труд, при этом их спрос зависит от условий, складывающихся не только на рынке труда, но и на остальных рынках.

Однако рынок труда является специфическим рынком, так как есть существенные особенности у этого рынка по сравнению с рынками других ресурсов и рынком потребительских товаров и услуг. Можно выделить следующие особенности рынка труда.

1. На рынке труда покупается и продается не сам труд, а услуги труда. Труд неотделим от конкретного человека-исполнителя и является специфическим товаром, который предоставляется как услуга.

2. Ценообразование на рынке труда складывается по-особенному, цена за такую услугу труда определяется сложнее, чем на других рынках. В экономической теории ценой труда называется ставка оплаты - цена одного часа работы или месяца работы.

3. Следующая особенность рынка труда - наличие неденежных аспектов занятости. К ним можно отнести особенности характера и условий труда, престижность профессий и сфер деятельности, психологический климат в коллективе, перспективы карьерного роста и обучения и т.д.

4. На рынке труда велика роль внеконкурентных факторов. Так, государство влияет на рынок труда посредством административных и экономических мер. К этим мерам относятся налоги и субсидии, индексация доходов, макроэкономическое регулирование безработицы и инфляции, воздействие на другие рынки.

5. Большая роль институтов - правил и структур (организаций), влияющих на поведение людей. Это формальные (трудовое законодательство, профсоюзы и др.) и неформальные (традиции, обычаи, нравы и т.д.) институты.

6. Учитывая несовершенство и асимметрию информации на рынке труда, особое значение на этом рынке имеет информационное обеспечение его участников. Наличие специализированных печатных изданий, объявлений в теле- и радиопрограммах, кадровых агентств и государственных служб занятости облегчает, но не снимает полностью проблему поиска необходимого работника для работодателя, как и подходящей работы для работника.

7. На рынке труда, как ни на каком другом рынке, чрезвычайно важная роль принадлежит инфраструктуре рынка. Именно учитывая социальную важность рынка труда, государство создает государственные службы занятости. Кроме того, на этом рынке функционирует большое количество частных кадровых и рекрутинговых агентств, основное назначение которых - оказание помощи работодателям и потенциальным работникам находить друг друга, снижая материальные издержки и затраты времени на поиски подходящих вариантов.

Рынок труда как экономическая категория долгое время рассматривался как явление, присущее лишь капиталистическим странам, а безработица - как следствие господствующих отношений на рынке труда, возникающих в результате многочисленных противоречий между трудом и капиталом.

На современном этапе актуальными следует признать следующие приоритетные направления государственной политики в области развития занятости населения:

- совершенствование законодательства Российской Федерации в области труда и занятости населения, трудовой миграции;
- легализация занятости;
- снижение скрытой безработицы;
- мониторинг ситуации на рынке труда;
- формирование прогноза баланса трудовых ресурсов;
- повышение качества рабочей силы, формирование кадров для обеспечения потребностей инновационной экономики, развитие частно-государственного партнерства в части повышения качества рабочей силы;
- развитие институтов рынка труда;
- повышение эффективности использования трудовых ресурсов, стимулирование экономической активности и рост занятости населения;

- развитие трудовой мобильности и оптимизация привлечения иностранной рабочей силы;
- содействие развитию предпринимательства и самозанятости безработных граждан, увеличение спроса на рабочую силу;
- создание механизмов стимулирования работодателей к приему на работу инвалидов, родителей, воспитывающих детей-инвалидов, многодетных родителей;
- реализация дополнительных мероприятий по снижению напряженности на рынке труда отдельных субъектов Российской Федерации, включая республики Северного Кавказа [2].

Итак, мы выяснили, какие черты рынка труда делают его отличным от других рынков и выяснили важные направления в развитии этого рынка в России. Можно заметить, что государство борется с проблемами, возникающими в процессе предоставления трудовых услуг. Но справиться со всеми недостатками нашей структуры рынка труда сложно, поэтому не все меры эффективны. В будущем стоит и дальше рассматривать эту проблему, так как лишь при постоянном внимании ее решение будет возможным.

Библиографический список

1. Мазин А.Л. Экономика труда. Учебное пособие. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
2. Основные направления действий на рынке труда Российской Федерации на 2011-2015 годы [электронный ресурс]// <https://www.hse.ru/data/2011/05/13/1213289025/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D1%8B%20%D0%B4%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B8%D0%B9%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%A0%D0%A2.pdf>. Дата обращения: 17.04.2016 г.

*Энова Т.А.
Базавлуцкая Л.М.
г. Челябинск*

ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

Конец XX - начало XXI столетия характеризуется бурными событиями в жизни человеческого общества. Сдвиги в экономических, политических, социальных его структурах периодически кардинально меняют устоявшийся, казалось бы, порядок вещей, вызывают бурный, непредсказуемый ход событий. В основе этих движений - научно-технический прогресс, темпы которого все более ускоряются.

Актуальность выбранной темы выражается в том, что, с развитием и насыщением потребительского рынка различными товарами, удовлетворяющими самые различные вкусы, запросы и пристрастия покупателей, вывести новый товар на рынок становится все сложнее и требует все больше усилий и новых подходов. А делать это для любой фирмы - жизненно необходимая задача, так как в условиях конкурентного окружения ее выживание напрямую зависит от того, насколько успешно она разрабатывает и внедряет на рынок новые товары, насколько своевременно она это делает, насколько вводимые новые товары конкурентоспособны.

Для современного производителя цель его деятельности - это создавать качественные, востребованные, конкурентоспособные товары. Запросы и предпочтения потребителей постоянно меняются, поэтому маркетинг, наряду со сбытом товара, занимается изучением того, что производить.

Как только предприятие, на основании проведенных маркетинговых исследований рынка, определяется с тем, какой новый товар из производимой номенклатуры товаров, следует производить, начинается процесс разработки товара. После окончания этого

процесса начинается следующий, очень важный, этап - процесс вывода нового товара на рынок. Несмотря на то, что разработан и произведен товар с учетом потребностей рынка, его все равно нужно грамотно представить потребителю, разработать правильные маркетинговые стратегии по выводу нового товара на рынок[2].

И классики и современные авторы отмечают важность этапа разработки, вывода на рынок и дальнейшего продвижения нового товара. Отмечают важность разработки новых стратегий и усовершенствования старых. Для воплощения в жизнь стратегий считают очень важным моментом эффективное применение маркетинговых коммуникаций при выводе новинок на рынок. При этом делается упор на новые, современные виды инструментов коммуникаций, в первую очередь Интернет.

Ведь, в случае непродуманного подхода к этим важным этапам, выход нового товара на рынок может закончиться провалом, что повлечет за собой большие финансовые убытки для фирмы. Путь к рынку товара начинается с разработки и внедрения новой идеи. Вот почему инновационная политика является основой товарной политики.

Инновационная политика - это процесс поиска идеи и создания нового товара с учетом потребностей потребителей, выход нового товара на рынок, наблюдение за его поведением на рынке.

Концепция маркетинга инноваций является основой работы всей маркетинговой службы, исследования рынка и поисков конкурентной стратегии предприятия. Первостепенной задачей подразделений маркетинга на начальном этапе поиска инновации становится исследование рынка: уровня спроса и конкуренции, поведения покупателя и динамики его предпочтений, наличия конкурирующих продуктов и возможностей закрепления новинки на рынке. Стратегия маркетинга, анализ рынка и оперативный маркетинг состоят из шести принципиальных этапов: общеэкономического анализа рынка; анализа экономической конъюнктуры; специального исследования рынка; разработки стратегии проникновения новшества; оперативных мероприятий маркетинга; оценки издержек и доходов от маркетинга[1].

Инновационный процесс – понятие комплексное и многоуровневое. В него включаются не только оригинальные идеи, разработка новой технологии и получение нового продукта. Чрезвычайно важны также распространение нововведения в другие отрасли, адаптация новых технологий и продуктов для других сфер, формирование новых секторов рынков. Иначе говоря, в инновационном потоке особое значение приобретает инфраструктура – система подготовки соответствующих кадров, каналы распространения научной информации, финансовые способы активизации научного поиска и другое. Без построения необходимой инфраструктуры любое изобретение может стать лишь достоянием истории науки и техники.

Выживание компании в современных условиях напрямую зависит от того, насколько успешно она разрабатывает и выводит на рынок новые товары.

Новые товары появляются у компании либо за счет приобретения, например покупки целой компании, патента или лицензии на производство чужого товара, либо создания нового товара силами собственного отдела исследований и разработок компании. Под новыми товарами имеется в виду оригинальные товары, усовершенствованные варианты и модификации существующих товаров и новые торговые марки, которые компания разрабатывает силами собственного отдела исследований и разработок [3].

Для разработки нового товара, компании необходимо создать его концепцию. С ее помощью компания до начала работ над новым товаром тщательно определяет и оценивает целевой рынок, требования к товару и его преимущества.

Концепция нового товара - научно обоснованное и опирающееся на практику представление о том, каким должен быть новый товар. Исходит из того, что новый (проектируемый) товар должен отвечать потребностям, которые сформируются к моменту, когда изделие выйдет на рынок.

При этом действуют два концептуальных требования: прогнозировать и активно формировать новые потребности; сокращать срок между выдвижением идеи и выходом с новым товаром на рынок. При выработке концепции главное внимание следует уделять не производственным проблемам, а прогнозированию спроса. При этом акцент делается не только на достижение новых технических и экономических характеристик, но и на создание «товаров рыночной новизны».

Схема разработки новых товаров, как правило, включают следующие этапы: 1. Формулировка идеи. Разработка нового товара начинается с поиска идей для товара-новинки. Поиски должны быть систематическими, руководство должно также определить на какие рынки, на какие товары следует обратить внимание, чего именно стремится достичь фирма с помощью нового товара: поступления больших количеств наличности, доминирующего положения на рынке или др. Цель – выработать как можно больше идей.

2. Отбор идеи. Второй этап – первичная оценка. Цель этапа – сократить число идей, как можно раньше выявить и отсеять непригодные идеи.

3. Разработка замысла и его проверка. Отобранные идеи необходимо превратить в замыслы товаров, проработать идею до стадии ряда альтернативных замыслов, оценить их сравнительную привлекательность выбрать лучший из них.

4. Разработка стратегии маркетинга [4].

Ключевые факторы успех новых товаров:

1. Превосходство товара, т.е. наличие у него свойств, способствующих лучшему восприятию потребителями.

2. Маркетинговое ноу-хау, т. е. лучшее понимание рынка.

3. Технологическое ноу-хау.

Существует группа факторов, влияющих на выведение нового товара на рынок негативно, в нее входят: отсутствие отличительного свойства или уникального преимущества товара, нечеткое определение товара или рынка до его разработки, дисбаланс технических, производственных и научно-исследовательских возможностей фирмы, неэффективность технологических операций, переоценка степени привлекательности рынка. Наиболее распространенной проблемой является то, что по мере продвижения товара руководство компании переключает внимание с нужд потребителей на собственные.

Риски невостребованности новых товаров могут быть обусловлены следующими причинами:

- динамикой изменения потребительских предпочтений;
- несоответствием стоимостных оценок товаров (услуг) потребителями;
- научно-техническим прогрессом ;
- действием конкурентных сил на соответствующем рынке;
- покупательской неуверенностью

Кроме того, самыми серьезными ошибками являются ошибки при позиционировании товара. Здесь важную роль играют такие факторы внешней среды как: географическое положение, исторические аспекты, этно- культурные особенности, религия, социально-экономическое состояние, политика, демография и экология той местности, где располагается целевой рынок [3].

Успех продвижения товара зависит от того, насколько сильна торговая марка, появившаяся на рынке. Поэтому правильная стратегия вывода товара на рынок начинается с создания торговой марки. Продуманная стратегия вывода товара на рынок позволяет при минимальных затратах помещать товар в высшую ценовую категорию [5].

Постоянно изменяющиеся потребности рынка и ужесточающаяся конкурентная ситуация предъявляют повышенные требования к способности предприятия адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и предлагать новые товары, удовлетворяющие потребностям конечных потребителей.

Процесс разработки нового товара состоит из ряда последовательных этапов, на каждом из которых компании необходимо решать, следует ли продолжать разработку идеи или отказаться от нее. Компании следует минимизировать шансы неудачных идей, но, в то же время не подвести преждевременно под топор удачные.

Современный маркетинг направлен на привлечение новых клиентов, за счет предоставления им высшей потребительской ценности, а также на удержание имеющихся клиентов посредством полного удовлетворения их потребностей. Главным условием конкурентоспособности предприятия является умение опережать конкурентов по времени выхода на рынок с новым товаром. Для этого необходимы постоянные исследования рынка, направленные на совершенствование товарного ассортимента.

Таким образом, исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что грамотная разработка нового товара позволяет сделать новый товар наиболее продаваемым на рынке при малейших издержках. Правильная разработка нового товара во многом облегчает достигать поставленных целей, соблюдая все факторы успеха при разработке нового товара.

Библиографический список

- 1.Акулич И.Л. Маркетинг: [Электронный ресурс] <http://padaread.com/>
- 2.Губарец, М. А. Продвижение и позиционирование в маркетинге, или как продвинуть любой товар [Текст]:учебно-практическое пособие / М. А.Губарец, Е. И. Мазилкина. – М.:Дашков и К, 2013. – 224 с.
3. Мазилкина, Е. И. Условия успешного продвижения товара [Текст]:практическое пособие / Е. И.Мазилкина. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2012. – 172 с.
- 4.Орлова, П. И. Бизнес-планирование [Текст]:учебник / П. И. Орлова; под ред. М. И. Глухой. – М.:Дашков и К, 2012. – 284 с.
- 5.Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] <http://nashol.com/>

***Юрова А.Ю.
Евлова Е.В.
г. Челябинск***

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС, ЕГО СУЩНОСТЬ И ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ

Теоретико-методологическая разработка проблем научно-технического прогресса совершенно не соответствует тому месту, которое он играет и занимает в социально-экономическом развитии современного общества. Ни одна страна в мире на сегодняшний день не может решить проблемы роста доходов и потребления населения без реализации экономически выгодных мировых достижений научно-технического прогресса (НТП). Между тем как отечественная, так и зарубежная учебная литература, дает совсем скромное представление об экономическом наполнении научно-технического прогресса, его функциях и алгоритмах развития. После проведения литературного обзора по учебникам политической экономии, нами был сделан вывод, что на сегодня трудно найти не только качественного изложение экономического содержания НТП, но даже его более или менее точное определение.

Научно-технический прогресс является одним из важных факторов экономического роста. Преодоление современного экономического кризиса в России возможно при преобразовании производственного потенциала страны на новый уровень, основой которого является широкое внедрение и распространение научно-технических достижений. Современная экономика становится все более инновационной, связанной с

разработкой, внедрением и использованием научных новшеств в производственном процессе. На микроэкономическом уровне инновации являются материальной основой повышения эффективности производства. Внедрение инноваций определяет уровень экономического развития страны, особенно в условиях современной переходной хозяйственной системы. На макроэкономическом уровне происходит переход от ресурсного типа экономического развития к инновационному типу. Формируется новая инновационная модель развития экономики.

В связи с этим объективное понимание сущности НТП, его количественной оценки, влияния на экономический рост и эффективность производства, противоречий и социальных последствий не могут оставаться вне внимания отечественной экономической науки и практики.

Научно-технический прогресс - это непрерывный процесс внедрения новой техники и технологии, организации производства и труда на основе достижений научных знаний [3].

НТП является главным средством повышения производительности труда, снижения расходов на производство, увеличения выпуска продукции и повышения ее качества. В результате НТП создаются новые эффективные машины, материалы, технологические процессы, которые улучшают условия труда и снижают трудоемкость изготовления продукции. НТП оказывает значительное воздействие на организацию производства, стимулирует рост концентрации производства, ускоряет развитие его специализации и кооперирования. Прогресс науки и техники решает ряд социально-экономических задач (занятость населения, облегчение труда и т.д.), служит более полному удовлетворению нужд как общества в целом, так и каждого человека.

Результат НТП охватывает все сферы человеческой жизни: экономическая (понижение себестоимости продукции, увеличение прибыли, рост производительности труда и так далее); политическая (обеспечение экономической независимости страны, укрепление обороноспособности); социальная (улучшение условий труда человека, повышение материального и культурного уровня жизни граждан и так далее); экологическая (уменьшение загрязнения окружающей среды).

За последние два десятилетия в нашей стране, как и в советские времена, актуальной является проблематика финансирования и применения научно-технических новшеств. Из-за отсутствия финансирования в 1990-е гг. самые крупные зарубежные производители вооружения вели активную работу по вложениям финансов и закреплению за собой патентов на изобретения российских авторов. По данным Роспатента (РФ), в США запатентованы российские новшества в области электронной, лазерной, оптиковолоконной техники, технологий переработки нефти и газа, органической химии, медицинской и экологической техники. Только за время с 1992 по 2000 г. в Америке было зарегистрировано более одной тысячи патентов на технологии военного и двойного назначения, авторами которых являются российские изобретатели, а владельцами патентов были инвесторы – иностранные (США) юридические и физические лица.

По той же причине уровень интенсивности производства значительно уменьшился, снизился и коэффициент обновления основных фондов. Около $\frac{3}{4}$ (75%) основных фондов находятся в эксплуатации значительный промежуток времени (25–30 лет), и только около 5 % фондов в обороте менее 5 лет. Если удельный вес организаций, осуществляющих разработку и использование новшеств, в начале рыночных реформ превышал 16 %, то на сегодняшний день этот показатель составляет менее 5 %.

На старте 1980-х гг. Япония вышла на первое место в мире по темпам научно-технического и, как следствие, экономического развития. В эти годы, нормы накопления капитала в ней составляли не менее 30 %, что позволило обеспечить объем капиталовложений в ключевое оборудование на 75 % больше, чем в США. Система налоговых льгот позволяла японским предприятиям уже в первый год пользования возмещать до 45 % затрат на обновившееся оборудование. Остальные 55 %

амортизационных начислений осуществлялись равными долями в пределах морального износа оборудования производственных предприятий, что позволяло значительно развивать конкурентоспособность продукции японских компаний.

В рамках развития амортизационной политики России, начиная с 2009 г. был изменен подход к начислению амортизации в налоговых целях. Предполагалось, что применение в налоговом учете используемых в Японии инструментов амортизационной политики будет эффективным и действующим механизмом оптимизации налоговой нагрузки на организации.

Государственное регулирование для НТП – вопрос чрезмерно актуальный. Во многих странах с развитой рыночной экономикой государство компенсирует около 50 % расходов на НИОКР (научно-исследовательские, опытно-конструкторские разработки), соблюдая при этом основные политические, экономические и научно-технические приоритеты. Современный уровень финансирования образования, науки, НТП в России составляет менее 1 % от уровня ВВП. Страны с развитой рыночной экономикой, при несопоставимости их ВВП с нашим, на эти цели выделяют не менее 4 % ВВП.

Мирохозяйственная практика показала, что только государство способно снизить уровень нестабильности и развернуть развитие НТП в русло, способствующее развитию экономической эффективности. Формы и методы государственного стимулирования и регулирования процесса интенсификации в переходный период являются разнообразными.

Научно-технический прогресс неизбежен, он коснулся каждого человека, живущего на планете Земля. Без научных изобретений человечество не смогло бы бороться с тяжёлыми болезнями, не покорило бы космос, не смогло бы быстро перемещать из одного места в другое. Все научные исследования важны и необходимы для человечества.

Все выше сказанное определяет актуальность исследования проблем ускорения научно-технического прогресса в экономике. А поскольку развитие научно-технического прогресса присуще и странам с рыночной системой, то исследование в этой области будут сохранять свою актуальность и в перспективе.

Библиографический список

- 1.Борисов, Е.Ф. Экономическая теория: Учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2005. 196 с.
- 2.Клинов, В.Г. Мировой рынок высокотехнологичной продукции. – М.: Экономика, 2006. 315 с.
- 3.Клинов, В.Г. Научно-технический прогресс и большие циклы конъюнктуры мирового хозяйства // Проблемы прогнозирования. - 2003. - № 1, С — 118.
- 4.Старостин, А. Ю. Научно-технический прогресс и эффективность накопления [Текст] / А. Ю. Старостин // Молодой ученый. — 2011. — №7. Т.1. — 208 с.

***Яковлева Е.В.
Тюнин А.И.
г. Челябинск***

МЕЖПРЕДМЕТНЫЕ СВЯЗИ ЭКОНОМИКИ И МАТЕМАТИКИ

Изучение всех предметов естественнонаучного цикла тесно связано с математикой. Она дает учащимся систему знаний и умений, необходимых в повседневной жизни и трудовой деятельности человека, а также важных для изучения смежных предметов.

Важная задача современного образования – показать обучающимся единство окружающего мира. На уроках необходимо использовать межпредметные связи, с помощью которых школьники учатся видеть сходные законы и закономерности в

развитии тех или иных процессов и явлений. Вследствие чего начинается формирование целостной картины мира.

Экономика – предмет прикладного характера. В первую очередь, учащимся нужно овладеть практическими умениями и навыками дисциплины. Наряду с этим предполагается изучение и осмысление основных экономических процессов, явлений, законов и закономерностей. Как часто бывает, абстрактная теория довольно сложна для понимания, поэтому для описания и для конкретизации ведущих экономических понятий и концепций приходится привлекать знания учащихся об аналогичных процессах и явлениях, изучаемых в курсах химии, биологии, физики, истории, географии и других предметов.

Также межпредметные связи помогают реализовать личностно-ориентированный подход в воспитании и обучении. Учитель имеет возможность опереться на определенный круг интересов и увлечений учащихся. При этом учитываются основные принципы современного образовательного процесса (принцип систематичности, принцип вариативности обучения, принцип развивающего обучения, принцип интеграции, принцип целостности содержания образования, принцип самостоятельности и творческой активности).

Для эффективного использования межпредметных связей на уроках и во внеурочной деятельности, необходимо знать важнейшие точки соприкосновения экономики с другими учебными дисциплинами. В связи с этим нужно тщательно проработать программы других дисциплин, основное содержание курсов, с которыми осуществляется интеграция. Также чаще общаться с коллегами, ведущими данные предметы, изучать специализированную литературу (например, «Курс математики для экономистов»).

На мой взгляд, математика как точная наука, необходима для многих предметов, в том числе и для экономики. Делать сложные расчеты, составлять бухгалтерский план, строить графики и диаграммы, рассчитывать сумму кредита и так далее. Следовательно, математика – неотъемлемая или даже составляющая часть экономики.

Школьный курс экономики предполагает не только изучение экономической теории, но и решение экономических задач. Это является главной причиной широкого применения математики на уроках экономики. Здесь возможны различные формы работы.

Во-первых, решение задач с использованием конкретных формул (начисления простых и сложных процентов, платы за кредит, производительности труда, учетной ставки, уравнения Фишера, депозитного мультипликатора и т.п.). Задачи могут быть разноуровневыми. Можно предложить ученикам самостоятельно составить и решить задачу по определенной теме.

Во-вторых, построение и анализ графиков самых разнообразных типов. Чаще всего ребята строят графики в виде кривых. Например, графики спроса и предложения, кривая производственных возможностей, кривая Лоренца, кривая Лаффера, графики совокупного спроса и предложения и т.д. При анализе табличного материала для его большей наглядности целесообразно строить столбиковые или круговые диаграммы.

В-третьих, для выявления тенденций развития того или иного явления в курсе макроэкономики использую индексный метод. Например, обучающимся предлагается рассчитать темпы роста инфляции, ВВП на душу населения, экономического роста и т.п. Практика показывает, что с подобными заданиями лучше всего справляются учащиеся профильных классов, имеющие математическую подготовку, превышающую базовый уровень. Разновидностью этого же типа задач является вычисление банковских процентов и дисконтирование.

Понимание предмета экономики у обучающихся формируются не только при изучении этого курса, но и на основе всего комплекса изучаемых дисциплин. И математике принадлежит особая роль, так как многие экономические проблемы поддаются анализу с помощью математического аппарата. Взаимодействие математики и экономики приносит обоюдную пользу: математика получает широкое поле для многообразных приложений, а экономика – мощный инструмент для получения новых знаний.

Для того чтобы познакомить обучающихся с азами «коммерческой» математики, необходимо работать над проблемой активизации познавательной деятельности обучающихся через межпредметную связь экономики и математики.

Для этого следует:

- 1) выделять математические модели, функции, системы уравнений и неравенств, используемые в экономике и показать их практическое применение;
- 2) повышать познавательный интерес к учебной деятельности обучающихся;
- 3) разрабатывать систему уроков по математике с экономической направленностью;
- 4) отслеживать результаты обученности, межпредметных умений и навыков обучающихся.

Таким образом, работа в данном направлении положительно отражается на интеллектуальном развитии обучающихся, их воспитании, на формирование профессионально значимых качеств личности. Развиваются и общеучебные и надучебные навыки: анализ, синтез, сравнение, умение работать с научно-учебной и дополнительной литературой и т.п. умения, что еще раз подтверждает целесообразность использования экономических понятий и методов в математике.

Современная концепция межпредметных связей предметов естественно-математического цикла ориентирует учителей на систематическую взаимосвязь учебных предметов, активную реализацию межпредметности в содержании, методах и формах организации обучения, во внеклассной работе, широкого внедрения в практику обучения интегрированных уроков, элективных курсов, объединяющих знания из различных научных и практических областей.

Библиографический список

1. Гурьев А.И., Петров А.В. Межпредметные связи: (Теоретический и прикладной аспекты) / Ред. А.В. Петров. – Горно-Алтайск: Изд-во Петровск: академии наук и искусств, 2002. – 259 с. : ил.
2. Елагина Е.С. Организация подготовки учителей естественно-научных дисциплин к деятельности по реализации межпредметных связей в школе / Челябинский гос. пед. ун-т. – Челябинск: ЧГПУ, 2002. – 151 с.
3. Минченко Е.Е. Роль учителя в организации межпредметных связей. / Межпредметные связи в преподавании основ наук в средней школе. Межвузовский сборник научных трудов. – Челябинск: Челябинский пед. ин-т, 1982. – с. 160
4. Усова А. В. Проблемы теории и практики обучения в современной школе: избранное / Челяб. гос. пед. ун-т. – Челябинск: ЧГПУ, 2000. – 221 с
5. Фестиваль педагогических идей «Открытый урок» [Электронный ресурс]: режим доступа – festival.1september.ru
6. Международный научно-исследовательский журнал [Электронный ресурс]: режим доступа – research-journal.org

***Якупова А.Р.
Кострюкова Л.А.
г. Челябинск***

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

В реалиях сегодняшнего времени малое предпринимательство является неотъемлемым элементом рыночной экономики, так как этот сегмент входит в структуру современной модели рыночно – конкурентного хозяйства и оказывает

заметное влияние на темпы роста экономики России, структуру и качество валового внутреннего продукта (ВВП).

Значение малого бизнеса нагляднее всего отражается в характерных для него функциях, таких как ресурсная, организационная, творческая и социальная[2]. Малое предпринимательство имеет большое значение для развития народного хозяйства, поскольку способствует обновлению экономической системы, содействует благосостоянию участников бизнеса и достижению пользы для общества в целом, обеспечивая тем самым социально-политическую стабильность, способствует возникновению конкурентных отношений, повышает хозяйственную активность, пополняет рынок товарами и услугами высокого качества.

По мнению многих экономистов, малый и средний бизнес имеют ряд преимуществ. В отличие от крупных предприятий, предприятия сферы малого бизнеса затрачивают незначительный объем финансовых средств и времени на изменение технологического процесса, что способствует выявлению наиболее эффективных инноваций. Предприятия сферы малого и среднего предпринимательства обладают такими преимуществами как гибкость и оперативность в принятии решений, быстрая оборачиваемость средств, восприимчивость к нововведениям и меньшая зависимость от макроэкономических факторов. Малые компании способны мгновенно реагировать на изменение потребительского спроса и за счет этого обеспечивать необходимое равновесие на потребительском рынке.

Предприятия сферы малого и среднего бизнеса также способствуют и усилению взаимосвязи между различными секторами экономики. Стоит так же отметить единство права собственности и непосредственного управления предприятием. Ответственность полностью лежит на плечах руководителя, поэтому в его интересах добиваться лучшего результата.

Малые предприятия более гибки в технологическом, производственном и управленческом плане, что позволяет им тонко чувствовать изменения конъюнктуры рынка, своевременно применять в своем деле достижения научно-технического прогресса, развивать эффективную инновационную деятельность. Малый бизнес является основой развития экономики многих стран, обеспечивая их динамичный рост. Россия находится на одном из последних мест по ряду показателей развития малых предприятий, что свидетельствует о недостаточном развитии малого бизнеса в стране. Данный факт существенно снижает темпы перехода России к экономике, ориентированной на инновации[2].

К главным задачам малого бизнеса в России можно отнести:

- ускорение структурной перестройки экономики, реструктуризации собственности, реформирования предприятий;
- развитие конкурентной среды и принятие мер по снижению отраслевого и регионального монополизма;
- содействие более полной занятости населения и снижение уровня безработицы;
- формирование тесного взаимодействия между предприятиями малого, среднего и крупного бизнеса;
- укрепление экономической базы местных органов власти;
- развитие инфраструктуры сельских населенных пунктов и небольших городских поселений.

Малому предпринимательству отведена значительная роль в экономическом развитии многих стран. Роль малого бизнеса в российской экономике по-прежнему остается весьма незначительной. Доля малых предприятий в ВВП России, равным счетом, как и занятость населения на таких предприятиях чрезвычайно малы по сравнению с аналогичными показателями экономически развитых стран.

Существует ряд проблем, препятствующих нормальному развитию

предприятий, которые распределяются по важности следующим образом:

- недостатки системы налогообложения;
- отсутствие оборотных средств;
- невысокая платежеспособность населения;
- завышенная арендная плата;
- экономическая политика государства;
- недоступность кредитов под малый бизнес;
- высокие цены на сырьевые ресурсы;
- несовершенство внутреннего рынка;
- дорогостоящие перевозки;
- недостаток производственных площадей.

Из всего вышесказанного вытекают три группы проблем, которые тормозят развитие малого бизнеса, препятствуют созданию новых малых предприятий: организационного характера, материально-финансовые проблемы, факторы внешней среды и конъюнктуры рынка.

Для смягчения и нивелирования вышеупомянутых проблем малому предпринимательству оказывается государственная поддержка, основными направлениями которой являются:

- установление особых условий налогообложения;
 - установление налоговым законодательством преференций по обложению налогами предпринимателей, фондов поддержки малого бизнеса, кредитных и страховых организаций, инвестиционных и лизинговых компаний, а также предприятий, учреждений и организаций, создаваемых в целях выполнения работ для субъектов малого предпринимательства и оказания им услуг;
 - установление льготных условий кредитования предпринимателей;
 - установление льготного страхования участников малого предпринимательства;
 - вовлечение предприятий малого бизнеса в экономические операции, в исполнение государственных и муниципальных заказов;
 - обеспечение собственников соответствующей инфраструктурой с целью получения правовой, экономической, производственно-технической, статистической и другой необходимой информации, которая позволит им эффективно развиваться.
- Формирование института уполномоченного по защите прав предпринимателей.

Для осуществления этих направлений в стране предприняты следующие действия в поддержку малого и среднего бизнеса:

- денежные субсидии;
- обучение с полным или частичным покрытием расходов (лекции, семинары, юридические консультации для предпринимателей, стажировки);
- лизинг на льготных условиях;
- бизнес-инкубаторы (передача в аренду помещений по льготным ценам);
- льготное или бесплатное внешнее бухгалтерское и/или юридическое обслуживание (аутсорсинг);
- льготное или бесплатное участие в выставках и ярмарках, что является прекрасной возможностью продемонстрировать свою продукцию потребителям и потенциальным партнерам и расширить географию деятельности фирмы;
- гранты и пр.

Кроме этого для защиты интересов малого предпринимательства в России созданы ассоциации предприятий малого бизнеса, Федерация развития и поддержки малого предпринимательства и различные фонды развития и поддержки предприятий малого бизнеса.

Большие надежды возлагает малый бизнес России на особые экономические зоны (ОЭЗ), созданные в целях развития обрабатывающих отраслей экономики, высокотехнологичных отраслей экономики, развития туризма, санаторно-курортной

сферы, портовой и транспортной инфраструктур, разработки технологий и коммерциализации их результатов, производства но-вых видов продукции. В соответствии с Федеральным законом[1], зоны могут

быть технико-внедренческие, промышленно-производственные, туристско-рекреационные и портовые. Для предпринимателей, работающих в особых экономических зонах, предусмотрен ряд льгот по уплате налога на имущество и земельного налога, определенные таможенные льготы. Создание ОЭЗ дает положительный эффект и для экономики страны в целом. Все ОЭЗ привлекают немалые инвестиции, создаются тысячи рабочих мест, увеличиваются ежегодные платежи в бюджет.

Развитие производства малых предприятий создает благоприятные условия для оздоровления экономики, путем развития конкурентной среды, активации структурной перестройки, расширения потребительского сектора. Развитие малого бизнеса способствует лучшему использованию местных сырьевых ресурсов, к пополнению рынка товарами и услугами и его стабилизации, а также к росту экспортного потенциала.

По нашему мнению можно выделить положительные аспекты, стимулирующие развитие малого и среднего бизнеса, вместе с тем развитие российской экономики в целом:

- разработка эффективной системы кредитования малого и среднего бизнеса. Прежде всего, необходимо снижение ставок по кредитам для субъектов малого и среднего предпринимательства и расширение возможностей получения кредитов;
- сокращение налоговой нагрузки, прежде всего, для начинающих предприятий;
- имущественная поддержка, которая предполагает продажу предприятиям в рассрочку производственных площадей или предоставление им аренды на льготных условиях;
- создание оперативно действующей эффективной справочно-информационной системы;
- подготовка и переподготовка предпринимательских кадров;
- совершенствование системы государственно-частного партнерства как фактора инновационной активности малого бизнеса;
- налаживание системы государственных заказов. При взаимодействии с субъектами малого и среднего предпринимательства, государство может стимулировать развитие малого бизнеса и обеспечивать прозрачные условия конкуренции между производителями;
- установление связей между научными учреждениями, занимающимися инновационными разработками, сферой малого и среднего бизнеса и предприятиями массового производства.

Таким образом, малый и средний бизнес – это, с одной стороны, инструмент решения социальных задач страны, так как он обеспечивает население рабочими местами, а с другой – эффективный способ разработки и внедрения инноваций и развития реального сектора экономики. Малое и среднее предпринимательство – это объективно необходимый и неотъемлемый сектор рыночной экономики [5]. Дальнейшее развитие малого и среднего бизнеса в нашей стране будет зависеть от создания благоприятного предпринимательского климата.

Библиографический список

1. Федеральный закон Российской Федерации от 22.07.2005 г. № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации».
2. Любушин Н.П., Ионова Е.С. Анализ развития малого бизнеса в современных условиях // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 32. – С. 2.
3. Тегетаева О.Р., Корень А.А. Перспективы развития субъектов малого предпринимательства в современных экономических условиях: зарубежная и российская практика // Модернизация экономики и управления. II Международная научно-практическая конференция. – Ставрополь: Ставролит, 2014. – С. 53-56.

4. Тогузова И.З., Бериева К.Ю. Кредитование малого и среднего бизнеса в РФ // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – 2014. – № 7 (39). – С. 21.

5. Туаева Л.А., Бязрова М.А. Актуальные проблемы развития малого и среднего бизнеса в России на современном этапе // Модернизация экономики и управления. II Международная научно-практическая конференция. – Ставрополь: Ставролит, 2014. – С. 71-76.

*Япарова А.О.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск*

ВРЕМЯ КАК РЕСУРС МЕНЕДЖЕРА

Осуществляя основные управленческие функции, менеджер опирается на вполне определенные ресурсы: людей, финансы, сырье. В его распоряжении есть еще один уникальнейший ресурс - время. Менеджер живет и работает в трех временных измерениях: настоящем, прошедшем и будущем. У менеджера всегда есть три возможности:

- а) ничего не делать;
- б) делегировать работу другим лицам;
- в) сделать работу самому.

Ничего не делать. Менеджер нередко задает себе вопрос: «Что произойдет, если я не буду ничего делать?» В этом вопросе кроется одна важная истина: «распознавай ситуации, где предписанные дела только отнимают время, но не приносят ощутимой пользы». Нет сомнения в том, что такие бесполезные ситуации и дела пестрят как в государственном, так и частном бизнесе. В государственном их больше.

Делегировать работу. Менеджер не может обеспечить себе достаточной гибкости, если он не прибегает к перепоручениям работы. Перепоручить, т.е. делегировать работу, значит дать задание кому-то другому, тому, кто успешно справится с ним. Это необходимо делать по трем причинам:

- а) только путем делегирования можно дать подчиненному возможность раскрыть свои способности;
- б) отказ от делегирования ведет к перегрузке руководителей, замедлению процесса принятия решений, в конечном счете, к разладу в системе управления;
- в) отсутствие делегирования сокращает время, необходимое для осуществления некоторых менеджерских функций.

Чтобы осуществить эффективное делегирование работы, нужно предусмотреть следующее:

- а) определять ответственность и полномочия за каждый вид деятельности;
- б) избегать подробного инструктирования;
- в) не делать выводов за подчиненных;
- г) побуждать подчиненных к инициативе;
- д) смотреть спокойно на некоторые ошибки и сбои в работе подчиненных;
- е) подбирать себе конкретную работу, которую можно осуществлять качественно.

Сделать работу самому. Делегировав работу подчиненным, менеджер организует свое личное рабочее время. Обычно его рабочий день начинается рано утром и заканчивается поздно вечером. Однако эффективность труда, как известно, не зависит от бдения на работе. Если время не организовано, то ни о какой эффективности не может быть и речи. Причем организация времени должна исходить из основных задач субъекта деятельности. У менеджера, как указывается в руководстве для британских бизнесменов, главными являются три набора задач:

- а) задачи коммуникативного плана (воспитание людей, их оценка, получение и передачи информации, оказание влияния);
- б) задачи по стратегическому планированию и прогнозированию;
- в) задачи по оперативному управлению производством.

Каждая из названных выше задач является неотъемлемым компонентом менеджерской деятельности. И в этом отношении все они равны. Однако по объему времени реализации этих задач на практике они различны. Так, задачи по стратегическому планированию и прогнозированию занимают меньше места в бюджете времени менеджера. Самыми объемными по времени здесь будут задачи, связанные с коммуникативной деятельностью. В связи с этим при организации своего рабочего времени менеджер должен отдать этому приоритет.

Можно сказать, что упорядочение деятельности ведет к сокращению времени, а не упорядочение- к расточительности.

Далее следует сказать о планировании использования времени. При составлении плана можно придерживаться ряда проверенных на практике принципов:

- Не загружайте свой рабочий день больше чем на 60%, поскольку каждый день Вам приходится заниматься и непредвиденными заранее делами.
- Если на Вашем предприятии проводятся регулярные совещания, то не забудьте записать дату, время и место их проведения.
- Не забывайте о своем индивидуальном плане работы и переносите из него запланированные задания в памятку.
- В начале каждой недели уточняйте, какие дополнительные работы Вам предстоит сделать.
- Выделите и сгруппируйте отдельно так называемые мелкие работы.
- На основе недельных планов составляйте ежедневные планы выполнения работ.
- Если Вы ездите на работу в городском транспорте, не тратьте зря времени: обдумывайте план работы на текущий день.
- Несмотря ни на какую спешку, начинайте свой рабочий день со спокойного обдумывания предстоящих дел в течение 10 - 15 минут и др.

Эффективность использования менеджером своего рабочего времени во многом зависит от взаимодействия с помощниками и, конечно, с секретарем.

Обычно секретарь назначается руководителю, имеющему большой объем работы. Главная задача секретаря - обеспечить своему начальнику спокойную работу, освободив его от рутинных забот. На практике между руководителем и секретарем складываются специфические деловые отношения:

- а) начальник объясняет секретарю свое представление о задачах, стоящих перед предприятием, и своей роли в решении этих задач. В связи с этим он высказывает свое мнение о роли секретаря в этом процессе и его задачах;
- б) секретарь рассказывает о своём видении роли начальника в решении задач предприятия и своих задачах по оказанию помощи в работе начальника;
- в) начальник и секретарь договариваются между собой о том, как конкретно секретарь будет помогать начальнику на всех этапах управления, при осуществлении менеджерских функций планирования, организации, мотивации и контроля.

Таким образом, эффективность использования рабочего времени руководителем в конечном счете зависит от культуры его менеджерской деятельности.

Библиографический список

1. Ладанов, И.Д. Практический менеджмент. Психотехника управления и самообучения [Текст]/ И.Д. Ладанов. - М.: «Корпоративные стратегии», 2009. - 496 с.
2. Бурменко, Т.Д. Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг: практикум [Текст]/ Т.Д. Бурменко: учеб. пособие для вузов. - М.: КноРус, 2015. - 422 с.
3. Друкер, Питер Ф. Менеджмент [Текст]/ Питер Ф. Друкер, Джозеф А. Макьярелло: пер. с англ., - М.: «ООО И.Д. Вильямс», 2011. - 704 с.

4. Клеммер, Дж. Как создать команду победителей. Корпоративная культура, системы мотивации и вечные принципы успеха [Текст]/ Дж. Клеммер. - Омега-Л, 2009. - 208 с.

*Яхина Е.С.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск*

МОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

В последнее время прямой маркетинг является одним из наиболее динамично развивающихся инструментов маркетинговых коммуникаций. По оценкам специалистов, доля доходов от прямого маркетинга в общем объеме продаж постоянно растет. *Каналы прямого маркетинга* разнообразны и включают личные продажи, прямую почтовую рассылку, маркетинг с использованием каталогов, телемаркетинг, телевидение и другие медиа прямого отклика.

В последние годы все большее распространение получает применение в качестве каналов прямого маркетинга современных технологий, таких как электронные и мобильные средства связи. Это позволяет существенно снизить сроки поступления сообщения адресату, а также наладить оперативную обратную связь.

Таким образом, мобильный маркетинг - это альтернативный комплекс мер по продвижению товаров или услуг, использующий в качестве канала коммуникации с клиентом средства мобильной связи.

Многие эксперты рекламного рынка уверены: пройдет совсем немного времени и реклама в мобильных медиа взорвет мировой рынок. Два главных экрана, которыми до сих пор оперировал рекламный рынок, ТВ и интернет, уже не кажутся единственно актуальными. Начинается «битва» за третий экран — экран мобильного телефона.

Мобильная реклама — новый, уверенно набирающий популярность канал коммуникации с колоссальной аудиторией. Такой беспрецедентно широкий охват делает мобильную среду очень привлекательной для маркетологов. И осознание многообещающих перспектив мобильной рекламы уже заставило крупнейшие интернет-компании и рекламные агентства включиться в гонку за доминирование в мобильной среде, а бренды мировой величины — экспериментировать с новым медиаресурсом.

Мобильный маркетинг как комплекс акций, мероприятий и кампаний, осуществляемый с помощью мобильных устройств посредством сотовой связи SMS (Short Message Service), для продвижения товаров и услуг появился в 2000 году в Европе и Азии, а затем продолжил внедрение практически по всему миру.

Толчком к возникновению и популяризации этого канала распространения маркетинговой информации стало использование сотовой связи, в частности технологии SMS (служба коротких сообщений). На начальном этапе развития мобильного маркетинга только две зарубежные компании «Ассоциация мобильного маркетинга» (Mobile Marketing Association) и «Интерактивное рекламное бюро» (Advertising Bureau) использовали непривычные мобильные технологии в маркетинговой среде. Кстати, эти компании успешно существуют и сейчас на современном рынке.

Текстовые сообщения SMS рассылались без согласия адресата на его мобильный телефон. Оно содержало рекламу товаров, услуг, информацию о скидках, акциях и распродажах. Сейчас такие рекламные SMS-рассылки, которые осуществляются без согласия получателя, называются спамом (spam).

Для распространения рекламной информации через мобильные каналы используются базы телефонных номеров, которые получают несколькими путями. Законным — когда адресат сам дает согласие на рассылку ему рекламных SMS-сообщений. Незаконным — когда происходит рассылка спам-сообщений. В Европе существуют законодательные барьеры, препятствующие навязчивой интернет-рекламе и являющиеся уголовно наказуемыми. Но в России действия спаммеров относятся к мобильному мошенничеству с недостаточно строгим наказанием в виде условной судимости, и подпадают под действие законов «О связи», «О защите персональных

данных» и «О рекламе». Чаще всего телефонные базы формируются при покупках клиентов, когда они, оформляя подарочные, накопительные и бонусные карты, подписывают соответствующие документы.

Целевая аудитория часто лояльно относится к мобильному способу получения информации, тем более, что с развитием технологий увеличилось количество каналов, используемых мобильным маркетингом. Итак, основные технологии, используемые в мобильном маркетинге:

- голосовые сообщения;
- SMS-рассылки;
- MMS-рассылки. Представляют собой текстовые или мультимедийные сообщения, с возможностью использовать фото, видео, музыку, ссылки и пр.;
- wap, gprs, edge и другие технологии, доступные для получения информации из интернета с мобильного телефона;
- IVR — голосовое меню, позволяющее позвонившему, общаясь с автоинформатором, получить информацию по интересующим вопросам, сделать заказ, узнать об акциях, скидках, мероприятиях и пр.

Главной задачей мобильного маркетинга продолжает оставаться привлечение платежеспособного клиента, заинтересованного в покупке товаров и услуг. Комплексное использование имеющихся технологий, разумное привлечение и разработка новых каналов распространения рекламной информации ведут к успешному маркетингу, а, значит, к законному повышению доходов компании.

На фоне снижения эффективности традиционных рекламных каналов - таких как телевидение, радио, пресса, прямой мобильный маркетинг обладает следующими преимуществами:

- установление с адресатом прямой связи, без участия каких-либо посредников;
- осуществление рекламной акции при минимальных затратах временных и денежных ресурсов;
- персонализированный контакт с потребителем;
- высокая читаемость смс-сообщений.

Мобильный маркетинг имеет две основные цели – выстраивание взаимоотношений с клиентом и увеличение количества продаж. Эти каналы коммуникации дает возможность донести информацию напрямую клиенту «в руки» и стоимость контакта при этом значительно ниже, чем наружная или печатная реклама.

Мобильный маркетинг продолжит свое успешное развитие, опираясь именно на медийные возможности приложений для мобильных устройств нового поколения, на грамотную и комплексную маркетинговую политику компаний. Тем более, что современный потребитель готов принимать рекламу из мобильных устройств, и по собственной воле предоставляет информацию о себе, своем местоположении, образовании, вкусовых и личных предпочтениях.

Когда мобильный маркетинг существует и действует на законных условиях, предлагает получателям только актуальную информацию и позволяет приобретать необходимые товары и услуги на привлекательных условиях, только тогда достигается одна из основных целей маркетинга - получение прибыли.

Библиографический список

1. Амблер Т. Практический маркетинг [Текст] / Пер. с англ. Под ред. Ю.Н. Каптуревского. — СПб: Питер, 2001. — 400 с.
2. Холланд Г., Баммель К. Мобильный маркетинг — М.: Вершина, 2006 г. — 150 с.
3. Терещенко В.М. Маркетинг: новые технологии в России — СПб.: Питер, 2004.— 416 с.

РАЗДЕЛ II. СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

*Алексин Б.В.
Носова Л.С.
г. Челябинск*

ОСОБЕННОСТИ ОБЛАЧНЫХ СЕРВИСОВ ДЛЯ ОБРАБОТКИ АУДИОИНФОРМАЦИИ

Для получения простейшего представления об облачных технологиях можно привести в качестве примера то, что раньше пользователи для проверки электронной почты использовали специально установленные мессенджеры, сейчас же достаточно зайти на сайт просто через браузер. Иными словами, облачные вычисления – это технология распределённой обработки данных, в которой ресурсы и мощности компьютера пользователь получает в качестве онлайн-сервиса. Рассмотрим наиболее популярные облачные сервисы для обработки аудиоинформации: Audiotool (ранее Hobnox), Tony-V Machine, Splitter-Joiner.

Audiotool – это один из многих проектов Flash-программиста Andre Michelle, которому удалось сочетать функциональные возможности языка программирования Java и удобство использования программы Flash [1]. Данный проект выполнен в виде системы модулей с секвенсором. Пользователю доступно множество разных синтезаторов, драм-машин, а также сэмплер. В сервис также включено: поддержка записи автоматизации, шаблоны, работа с интерфейсом MIDI, возможность добавлять свои сэмплы, новый микшер и эффект процессор.

Особенности работы с данным сервисом состоят в том, что после открытия рабочего окна сервиса пользователь должен выбрать, как он планирует осуществлять работу. Предусматриваются две возможности: начать создание трека с нуля или выбрать одну из множества доступных композиций и изменить в соответствии со своими требованиями. Правая часть интерфейса позволяет выбрать панель инструментов, перейти к библиотеке сэмплов, в панель подключенной к компьютеру пользователя аппаратуре и к панели истории изменений, которая имеет много ступеней отмены. Авторы могут получать авторские права на свои композиции.

Подводя итог, можно отметить, что сервис Audiotool пользуется большой популярностью во многом из-за того, что позволяет не только создавать уникальный и интересный аудио контент, но и публиковать его, получать оценки пользователей и распространение созданных композиций.

Второй онлайн-сервис Tony-V Machine [3] во многом опровергает представления о том, что создавать музыку сложно. Программист Anthony Bouchereau начал разработку данного сервиса в 2007 году. В настоящее время выпущено четыре версии Tony-V Machine, каждая из которых получила новый функционал и предоставила пользователям расширенную палитру возможностей.

По своей сути сервис Tony-V Machine – это музыкальный генератор в необычном рисованном стиле, который, несмотря на внешнее представление, скрывает достаточно широкий функционал. Большое количество настроек, эффектов, тонов и ритмов позволяет создавать необычную музыку. Здесь пользователь может управлять голосами, басами, ритмом барабана и многими другими возможностями. В качестве недостатка можно отметить отсутствие русскоязычного интерфейса, а также то, что на текущий момент четвертая версия сервиса доступна лишь в бета-режиме. Такой режим не позволяет сохранять результат, однако данные недочеты разработчики планируют устранить.

Таким образом, онлайн-сервис Tony-B Machine предназначен для тех пользователей, кто хочет испытать свои силы в роли создателя электронной музыки, при этом не имея профессиональных музыкальных знаний и. Используя третью версию сервиса, пользователь может сохранить результат своей работы в разных форматах, публиковать созданную композицию и прослушивать работы других пользователей.

Третий онлайн-сервис Splitter-Joiner является одним из наиболее удобных и простых. Он имеет интуитивно понятный интерфейс, которые позволяет создавать собственные нарезки из аудиофайлов, совмещать разные аудиофайлы в одном, конвертировать их и добавлять некоторые эффекты, а также записывать звук с микрофона. Дополнительным достоинство данного сервиса является наличие русскоязычного интерфейса.

Рассмотрит подробнее возможности работы сервиса Splitter-Joiner [2]. Сервис способен работать с двумя форматами аудиофайлов *.mp3 и *.wav. Пользователю доступна возможность записывать звук для последующей обработки прямо с микрофона. Встроенные эффекты затухания и нарастания громкости звука позволяют избежать его резкого появления в начале проигрывания и резкого пропадания в конце. Если пользователь совершит ошибку на каком-либо из этапов редактирования, то он может вернуть изменения при помощи инструмента истории действий.

Отдельного внимания данный облачный сервис обработки звука заслуживает среди владельцев музыкальных блогов или сайтов, которым предоставляется возможность интегрировать функционал данного сервиса на своей площадке.

В заключении можно отметить, что сервис Splitter-Joiner обладает всем базовым функционалом и необходимым уровнем легкости в работе, который позволяет даже пользователю с небольшим опытом работы за компьютером выполнить базовую обработку аудиоинформации.

Нами разработаны лабораторные работы по знакомству с представленными сервисами. Данные работы опробованы на студентах инженерного направления Челябинского государственного педагогического университета.

Библиографический список

1. Онлайн-сервис Audiotool [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.audiotool.com/> (28.04.2016).
2. Онлайн-сервис Splitter-Joiner [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mp3cut.foxcom.su/audio-splitter-joiner/> (28.04.2016).
3. Онлайн-сервис Tony-B Machine [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tony-b.org/> (28.04.2016).

***Закиров Р.Г.
Василькова Н.А.
г. Челябинск***

МОДУЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ТЕМЫ «ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ С РАСТРОВЫМ РЕДАКТОРОМ ADOBE PHOTOSHOP»

Актуальность реализации модульного обучения как «способа организации учебного процесса на основе блочно-модульного представления учебной информации» состоит в том, что наблюдается противоречие между необходимостью выполнения заданий для самостоятельной работы и недостатком учебно-методического обеспечения позволяющего самостоятельно усвоить тему по дисциплине (ПМ, МДК).

В этой связи, целью исследования является теоретико-методическое обоснование и практическая разработка структуры и содержания учебного модуля по теме «Особенности работы с растровым редактором Adobe Photoshop».

Объект исследования – учебно-методическое обеспечение в условиях модульного обучения.

Предмет исследования – структура и содержание учебного модуля по теме «Особенности работы с растровым редактором Adobe Photoshop».

Задачи исследования:

1. Изучить понятие модульного обучения, его значение и его основные преимущества.
2. Определить понятие и структурную характеристику учебного модуля.
3. Разработать и оформить основные блоки учебного модуля по теме «Особенности работы с растровым редактором Adobe Photoshop».

Учебный модуль рассматривается в методической литературе как самостоятельный блок учебной информации, включающий в себя цели и учебные задачи, методические рекомендации, ориентировочную основу действий преподавателя, систему контроля успешности выполнения учебной деятельности. Учебный модуль направлен на создание комфортного темпа работы обучающегося; определения им возможностей; гибкого построения содержания обучения; формирования у студентов навыков самообразования и достижения высокого уровня конечных результатов.

Предъявление студенту учебного модуля позволяет студенту без помощи преподавателя изучить тему. Модуль предоставляется в начале учебного года по темам, вынесенным на самостоятельное обучение, выставляется в локальной сети на образовательный портал.

Содержание обучения предъявляется в информационных блоках, усвоение которых осуществляется в соответствии с целью. Дидактическая цель формулируется для обучающегося и содержит в себе не только указание на объем изучаемого содержания, но и на уровень его усвоения. Кроме того, каждый обучающийся получает советы в письменной форме, как рациональнее действовать, где найти нужный учебный материал.

Студент работает максимум времени самостоятельно, учится планированию, саморганизации, самоконтролю. Это дает возможность ему осознать себя в деятельности, самому определять уровень усвоения знаний, видеть пробелы в своих знаниях и умениях.

Структура учебного модуля включает следующие основные блоки: целевой блок, содержательный блок, исполнительский блок, контрольный блок, методический блок.

Целевой блок содержит необходимый перечень знаний и умений, который студенты должны приобрести после изучения темы.

Знать:	Уровень усвоения	Уметь:	Уровень усвоения
Особенности растрового редактора Adobe Photoshop	2	Выделять и копировать изображения	2
Основные инструменты и функции программы Adobe Photoshop	2	Вставлять изображения Выполнять обрезку изображения Масштабировать изображения	2
Принципы работы со слоями	3	Сохранять изображения в разных форматах Работать со слоями	2-3
Понятие фотоколлажа и принципы его создания	3	Создавать фотоколлаж	2-3

Содержательный блок представлен планом изучения темы и основными теоретическими сведениями по каждому пункту плана.

План изучения темы «Особенности работы с растровым редактором Adobe Photoshop» включает ряд основных вопросов:

1. Особенности редактора Adobe Photoshop,
2. Основные инструменты и функции программы Adobe Photosop (меню, рабочие инструменты)

3. работа со слоями

4. Фотоколлаж

Исполнительский блок содержит задание для практической работы с подробными инструкциями.

1. Откройте Adobe Photoshop, создайте новый документ и назовите его “Задание 1” оставьте его пустым. Далее откройте любое изображение представленных в папке “Практика” через Adobe Photoshop. В открытом изображении с помощью инструментов выделения, выделите любой кусок области, вырежьте и вставьте в созданный вами пустой документ. *Результат сохраните.*

2. В папке “Практика” откройте файл в формате .pdf “Работа со слоями”. В открывшемся документе *разблокируйте* слой фон и *переместите* на верх. Слой с именем “Слой 3” удалите. Слой с именем “Слой 2” *скопируйте* и *переименуйте* в “Слой 3”. *Результат сохраните.*

3. С помощью Adobe Photoshop создайте фото-коллаж используя изображения из папки “Для практики”. *Результат сохраните.*

Контрольный блок базируется на вопросах для самоконтроля знаний по теме, а также тестовых заданиях.

1. Какой вид графики используется в Adobe Photoshop?

1. Растровая

2. Векторная

3. Фрактальная

4. Прямолинейная

2. Выберите расширение графического файла

1. .doc

2. .jpg

3. .exe

4. .bak

3. Какое расширение файлов является в Adobe Photoshop основным?

1. .JPG

2. .PSD

3. .BMP

4. .GIF

4. Какой из параметров нельзя выбрать при создании нового изображения?

1. Ширина

2. Разрешение

3. Режим

4. Длина

5. С помощью какого инструмента или команды осуществляется обрезка изображений?

1. Прямоугольное выделение

2. Кадрирование (рамка)

3. Перемещение

4. Инверсия

6. Для чего в Photoshop применяются фильтры?

1. Для улучшения яркости изображений

2. Для нанесения различных художественных эффектов

3. Для улучшения контрастности изображений

7. Какой инструмент позволяет сделать многоугольное выделение?

1. Прямоугольник

2. Прямоугольное лассо

3. Магнитное лассо

4. Волшебная палочка

8. Как называется инструмент, позволяющий залить изображение двумя плавно перетекающими друг в друга цветами?

1. Градиент

2. Заливка

3. Банка краски

4. Узор

9. Какой инструмент Adobe Photoshop служит для выделения областей одного цвета?

1. Пипетка

2. Лассо

3. Волшебная палочка

4. Штамп

10. Инструмент, позволяющий копировать одну часть изображения в другую:

1. Штамп (Clone Stamp Tool)

2. Ластик (Eraser)

3. Заливка (Paint Bucket)

4. Градиент (Gradient Tool)

Методический блок представлен глоссарием, требованиями к выполнению лабораторных работ и критериями оценивания лабораторных работ.

Таковы структура и содержание учебного модуля по теме «Особенности работы с растровым редактором Adobe Photoshop».

Демяник А.Д.

Черновол И.Г.

г. Челябинск

ВНЕДРЕНИЕ МИКРОПРОЦЕССОРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС

Одним из приоритетных направлений процесса информатизации современного общества является информатизация образования — процесс обеспечения сферы образования методологией и практикой разработки и оптимального использования современных или, как их принято называть, новых информационных технологий (НИТ), ориентированных на реализацию психолого—педагогических целей обучения, воспитания.

Для реализации новых информационных технологий в образовании необходимо использовать современные средства новых информационных технологий. Под средствами новых информационных технологий (СНИТ) будем понимать программно-аппаратные средства и устройства, функционирующие на базе микропроцессорной, вычислительной техники, а также современных средств и систем информационного обмена, обеспечивающие операции по сбору, продуцированию, накоплению, хранению, обработке, передаче информации.

К СНИТ относятся: ЭВМ, ПЭВМ; комплекты терминального оборудования для ЭВМ всех классов, локальные вычислительные сети, устройства ввода—вывода информации, средства ввода и манипулирования текстовой и графической информацией, средства архивного хранения больших объемов информации и другое периферийное оборудование современных ЭВМ; устройства для преобразования данных из графической

или звуковой форм представления данных в цифровую и обратно; средства и устройства манипулирования аудиовизуальной информацией (на базе технологии Мультимедиа и систем "Виртуальная реальность"); современные средства связи; системы искусственного интеллекта; системы машинной графики, программные комплексы (языки программирования, трансляторы, компиляторы, операционные системы, пакеты прикладных программ и пр.) и др.

Ускорение научно—технического прогресса, основанное на внедрении в производство гибких автоматизированных систем, микропроцессорных средств и устройств программного управления, роботов и обрабатывающих центров, поставило перед современной педагогической наукой важную задачу — воспитать и подготовить подрастающее поколение, способное активно включиться в качественно новый этап развития современного общества, связанный с информатизацией. Решение вышеназванной задачи — выполнение социального заказа общества — коренным образом зависит от технической оснащённости учебных заведений электронно — вычислительной техникой с соответствующим периферийным оборудованием, учебным, демонстрационным оборудованием, функционирующим на базе СНИТ.

Решением данной задачи является внедрение микропроцессорных технологий в образование. Под микропроцессорными технологиями понимаются устройства, отвечающие за обработку и выполнение как арифметических, так и логических операций. В настоящее время развитие данного направления становится все более актуальным. Связано это прежде всего с тем, что микропроцессорные технологии позволяют существенно минимизировать затраты на приобретение оборудования и экономии энергоресурсов.

В качестве сравнения СНИТ, реализованных на базе микропроцессорных технологий, нами были выбраны три самых популярных модели доступных на российском рынке:

1) CubieBoard 1 под управлением операционными системами семейства Linux – unix подобных операционных систем, распространяемых в свободном доступе;

2) IconBIT Toucan Stick G3, оснащенный мобильной платформой Android – мобильной операционной системой, предназначенной для смартфонов, смарт-часов, смартбуков, google очков и т.д.

3) Intel NUC с предустановленной операционной системой Windows 8.

Данные устройства являются полностью отличными друг от друга, как по техническим характеристикам, так и по цене. Сравнительный анализ CubieBoard, iconBIT Toucan Stick G3 и Intel NUC представлен в таблице 1.

Таблица 1. Сравнительные характеристики микрокомпьютеров

Характеристика / оборудование	CubieBoard 1	iconBIT Toucan Stick G3	Intel NUC
Операционная система	Linux	Android 4.2	Windows 8.1
Процессор	ARM Cortex A8	ARM-Cortex A-9	Intel core i3-4010u
Количество ядер CPU/тактовая частота	1/1ГГц	4/1,6 ГГц	2/1,7 ГГц
Оперативная память	1 Гбайт	1 Гбайт	2-16 Гбайт
Графический чип	Mali 400MP	Mali-400	Intel HD Graphics HD4400
Встроенная память	4 Гбайта	4 Гбайта	8-512 Гбайт (mSATA-SSD)
LAN	10/100 Ethernet	-	1x Gigabit Ethernet (1000 Мбит/с)
WLAN	-/ (допускается отдельно)	802.11 b/g/n	-/ (допускается отдельно)

Видеоинтерфейс	HDMI/VGA (контакты расширения)	HDMI	HDMI, Mini DisplayPort
Аудиовыходы	HDMI/линейный выход 3,5/ (контакты расширения)	HDMI	HDMI, линейный выход 3,5
USB разъемы	2 x USB 2.0/1x USB OTG/1x CIR	2 x USB 2.0	4x USB 3.0
Карты памяти	1 x MicroSDHC/1x SATA порт	1 x MicroSDHC	-
Питание	Micro-USB 5v	Micro-USB 5v	Встроенный блок питания
Энергопотребление	3,8/4,5	2,5/4,5	6,4/8,8
Стоимость в рублях	5000	4000	15000

В результате выполнения научного исследования по внедрению микропроцессорных технологий в ВУЗе был создан одноплатный компьютер, основанный на микропроцессоре, с установленными оперативной памятью и устройствами ввода-вывода. В процессе тестирования была доказана экономическая эффективность внедрения микропроцессорных технологий в образовании: в образовательном (учебном) процессе - минимальная стоимость оборудования, с возможностью использования широкого набора свободно распространяемого программного обеспечения на базе ОС Linux – Ubuntu, а также в управленческом процессе для создания АРМов различных специалистов ВУЗа.

Библиографический список

1. Бюджетные варианты микрокомпьютеров [Электронный ресурс]. 2016. Дата обновления: 05.03.2016. URL: <http://ichip.ru/3-nedorogikh-multimedijnykh-mini-pk.html>
2. Мини ПК и их возможности [Электронный ресурс]. 2016. Дата обновления: 12.04.2015. URL: <http://ichip.ru/test-trekh-mini-pk-raspberry-pi-iconbit-toucan-i-intel-nuc.html>
3. Образы загрузчика ОС [Электронный ресурс]. 2016. Дата обновления: 23.01.2016. URL: http://www.berryterminal.com/doku.php/berryboot_a10
4. Описание устройства Cubieboard 1 [Электронный ресурс]. 2016. Дата обновления: 21.11.2015. URL: <http://cubieboard.org>
5. Особенности установки операционной системы [Электронный ресурс]. 2016. Дата обновления: 13.12.2013. URL: <http://www.hacknsk.org/2013/10/install-linux-on-cubieboard.html>
6. Особенности работы с Ubuntu [Электронный ресурс]. 2016. Дата обновления: 17.05.2015. URL: <http://ulyssesd.blogspot.ru/2015/04/ubuntu-mate-1504.html>
7. Ubuntu Mate ее характеристики, производительность и возможности [Электронный ресурс]. 2016. Дата обновления: 01.03.2014. URL: <http://compizomania.blogspot.com/2014/10/ubuntu-mate-1410.html>
8. Fedora 21 и её возможности [Электронный ресурс]. 2016. Дата обновления: 22.01.2016. URL: <http://info-comp.ru/drugieopersistemi/425-review-and-install-linux-fedora-21.html>

***Иванов Е.О.
Василькова Н.А.
г. Челябинск***

**ЭЛЕКТРОННАЯ РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ КУРАТОРА
СТУДЕНЧЕСКОЙ ГРУППЫ**

В условиях активного проникновения информационно-коммуникационных технологий в систему управления образованием актуальной становится задача переосмысления документационного обеспечения деятельности куратора студенческой группы в вузе.

В процессе работы куратор составляет планы, заполняет отчеты, ведомости, другие документы, что отнимает много времени и обуславливает необходимость автоматизации этой работы.

Одним из основных рабочих документов в деятельности преподавателя-куратора является рабочая тетрадь.

Недостаток средств, обеспечивающих автоматизацию документационного обеспечения деятельности куратора приводит к необходимости разработки электронной рабочей тетради.

Цель исследования: технологическое обоснование и практическая разработка электронной рабочей тетради куратора студенческой группы.

Объект исследования: электронное документационное обеспечение деятельности куратора.

Предмет исследования: структура и содержание электронной рабочей тетради куратора студенческой группы в вузе.

Задачи исследования:

1. Изучить назначение и функционирование электронной рабочей тетради куратора студенческой группы.

2. Обосновать выбор среды разработки рабочей тетради.

3. Определить требования к аппаратному и программному обеспечению.

4. Разработать структуру и содержание электронной рабочей тетради куратора студенческой группы Профессионально-педагогического института ЧГПУ.

5. Определить этапы разработки электронного ресурса куратора студенческой группы Профессионально-педагогического института ЧГПУ.

6. Составить руководство куратору как пользователю электронной рабочей тетради и проанализировать результаты исследования.

Методы исследования: анализ специальной и методической литературы по проблеме исследования; обзор и анализ существующих программных средств; специальные методы разработки электронных ресурсов на основе [Microsoft Office Excel](#); методы структурирования информации.

Назначение электронного ресурса куратора группы сводится к созданию продукта, позволяющего реализовать следующие функции: хранение и редактирование личной информации о студентах и их родителях; ведение отчета о воспитательной работе; составление плана-сетки деятельности группы, ведение отчета о работе со студентами, имеющими академические задолженности; хранение данных об индивидуальной работе со студентами и их родителями; просмотр результатов промежуточных аттестаций; хранение информации об участии студентов группы в кафедральных, факультетских и общеуниверситетских мероприятиях, соревнованиях, конкурсах научной работе; хранение информации летней занятости студентов и трудоустройстве выпускников группы; хранение и редактирование данных куратора выпускной группы о проделанной работе; составление заявки на участие в конкурсе «Лучший куратор академической группы ЧГПУ»; заполнение анкеты «Куратор глазами студентов»; оценка эффективности работы куратора академической группы[12].

Интегрированной средой разработки явилась Microsoft Excel - [программа](#) для работы с [электронными таблицами](#), созданная корпорацией [Microsoft](#) для [Microsoft Windows](#), [Windows NT](#) и [Mac OS](#).

Электронный ресурс куратора студенческой группы представляет собой электронную рабочую тетрадь, основанную на печатной версии рабочей тетради куратора академической группы. Ресурс состоит из 22 отдельных листов, наполненных определенным содержанием: таблицы, анкеты, текстовая информация, и листы для заполнения куратором. Книга содержит более двадцати листов (титульная страница, содержание, страница куратора, сведения о студентах академической группы и их родителях, анализ воспитательной работы, цели и задачи воспитательной работы, направления работы куратора со студентами группы, план воспитательной работы со студентами, план-сетка работы в группе куратора, результаты промежуточной

аттестации за семестр, работа со студентами, имеющими академические задолженности, информация об участии студентов группы в кафедральных, факультетских и общеуниверситетских мероприятиях, информация о летней занятости студентов, трудоустройство выпускников группы, отчёт-анализ куратора выпускной группы о проделанной работе, анкета «Куратор глазами студентов», оценка эффективности работы куратора академической группы, оценка работы куратора, заявка на участие в конкурсе «Лучший куратор академической группы ЧГПУ»).

Переход по листам книги осуществляется с листа «Содержание» путём гиперссылок. Возврат к листу «Содержание» происходит по нажатию кнопки-гиперссылки, находящейся на каждой странице книги.

На некоторых листах существует авто заполнение ячейки данными, уже указанными в других листах.

На листах анкетирования в ячейках, требующих указать балл или результат, существует выпадающий список значений, а также подсчёт общего количества баллов.



1) Страница куратора

[2\) Сведения о студентах академической группы и их родителях](#)

[3\) Анализ воспитательной работы. Цели и задачи воспитательной работы на](#)

[4\) Направления работы куратора со студентами группы](#)

[5\) План воспитательной работы со студентами](#) _____ [группы на](#) _____

[6\) План-сетка куратора на](#)

[7\) Результаты промежуточных аттестаций. 5 семестр](#)

[8\) Результаты промежуточных аттестаций. 6 семестр](#)

[9\) Работа со студентами, имеющими академические задолженности](#)

[10\) Индивидуальная работа со студентами и их родителями](#)

[11\) Информация об участии студентов группы в кафедральных, факультетских и общеуниверситетских мероприятиях](#)

[12\) Информация об участии студентов в соревнованиях и конкурсах областного, всероссийского и международного уровней](#)

[13\) Информация об участии студентов в научной деятельности](#)

[14\) Информация о летней занятости студентов](#)

[15\) Трудоустройство выпускников группы](#)

[16\) Отчёт-анализ куратора выпускной группы о проделанной работе за](#)

[17\) Анкета "Куратор глазами студентов"](#)

[18\) Оценка эффективности работы куратора академической группы за](#)

[19\) Оценка работы куратора](#)

[20\) Заявка на участие в конкурсе "Лучший куратор академической группы ЧГПУ"](#)



1) Страница куратора

Факультет _____

Академическая группа № _____

Направление _____

Куратор группы _____

Кафедра _____

Должность (звание/учёная степень) _____

Контактный телефон _____

E-mail _____

Заведующий кафедрой: _____

Декан факультета: _____

Заместитель декана по воспитательной работе: _____

Содержание

Создание электронного ресурса куратора студенческой группы проводилось поэтапно. Вначале было составлено содержание электронной рабочей тетради куратора, проводилась разработка структуры и интерфейса титульного листа и заполнение листа содержания; создавались страницы, соответствующие каждому пункту содержания, гиперссылки и проводился ввод необходимых данных, для реализации выпадающего списка значений в определенных ячейках.

Для работы с электронной рабочей тетрадью куратора студенческой группы необходимо открыть файл рабочей тетради программой Microsoft Office Excel. Откроется окно интерфейса программы Microsoft Office Excel с содержимым электронной рабочей тетради.

Первый лист тетради представляет собой титульный лист, в котором указывается Ф.И.О. куратора, номер группы и учебный год. Ниже находится кнопка-гиперссылка «Содержание», при нажатии на которую происходит переход к листу содержания. Все пункты содержания также имеют гиперссылки и при нажатии любого пункта приводит к соответствующему листу. На каждом листе в нижнем правом углу находится кнопка-гиперссылка «Содержание» которая возвращает пользователя обратно к листу содержания.

Заполнение листов тетради понятно, и схоже с работой с документами в среде Microsoft Office Word.

Внизу электронной рабочей тетради располагаются вкладки всех листов тетради. При нажатии правой кнопкой по листу появляется контекстное меню, в котором можно выбрать пункт «защита листа», что позволит куратору группы защитить паролем листы тетради от редактирования.

Таковы результаты разработки электронной рабочей тетради куратора академической группы.

Библиографический список

1. ГОСТ.7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления. Введ. 2004-01-07. – М.: Изд-во стандартов, 2004. (Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу).
2. ГОСТ 7.80-2000. Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления. – Введ. 2000-01-07. – М.: Изд-во стандартов, 2000. –(Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу).
3. Кузнецов, И.Н. Рефераты, курсовые и дипломные работы. Методика подготовки и оформления: учеб.-метод. пособие / И.Н. Кузнецов. – 5-е изд., перераб. и доп.- М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. – 340 с.
4. Куликов, В.П. Дипломное проектирование. Правила написания и оформления: учеб. пособие / В.П. Куликов. – М. : ФОРУМ, 2008. – 160 с.: ил. – (Профессиональное образование).
5. Волков В.Б. Понятный самоучитель Excel, 2010. – 252 с.
6. Веденева Е.А. Функции и формулы Excel 2007, 2008. – 384 с.
7. А. Н. Васильев. Научные вычисления в Excel, 2004. – 510 с.
8. Геннадий Гарбер. Основы программирования на Visual Basic и VBA в Excel 2007, 2008. – 191 с.
9. И. Пашенко. EXCEL. Шаг за шагом, 2008. – 496 с.
10. Рудикова Л.В. Microsoft Excel для студента, 2007. – 368 с.
11. В.Н. Шитов. EXCEL. Единый справочник. (Включая EXCEL 2002), 2005. – 503 с.
12. Рабочая тетрадь куратора академической группы: текст / сост. В.В. Садырин, Л.А. Глазырина, Д.Е. Филиппов, О.В. Степанюк. – Челябинск: Издательство Энциклопедия, 2015. – 82 с.
13. https://ru.wikibooks.org/wiki/Microsoft_Excel

*Мальшев Г.
Василькова Н.А.
г. Челябинск*

МЕТОД CASE-STUDY ПРИ ИЗУЧЕНИИ ВОПРОСА «КОМПИЛЯЦИЯ МОДУЛЕЙ»

Метод case-study или метод конкретных ситуаций – метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач-ситуаций (кейсов). Относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

Непосредственная цель метода case-study – усилиями студента или группы студентов проанализировать ситуацию (case), возникающую при конкретном положении дел, и выработать практическое решение конкретной проблемы. Метод кейсов позволяет научить студентов самостоятельно анализировать проблемные ситуации и выбирать наиболее эффективное решение в контексте поставленной проблемы.

Вашему вниманию предлагается пример простейшего кейса, который может быть использован при изучении компиляции модулей.

Студентам предлагается решить проблему, возникшую при попытке сборки программы на языке программирования Turbo Pascal. Проблемная ситуация может состоять в том, что программист написал программу на языке программирования Turbo Pascal, реализующую арифметические операции над комплексными числами. Сложение и вычитание комплексных чисел выполняет модуль, компилируемый заранее или при компиляции всей программы. Скомпилировать модуль не удаётся из-за неопределённой ошибки, очевидно не являющейся простой опечаткой.

Необходимо проанализировать программный код модуля, выполняющего сложение и вычитание комплексных чисел, выявить и устранить проблему, не позволяющую скомпилировать данный модуль, произвести компиляцию программы и проверить её работоспособность.

Код программы:

```
Program                                case1;
Uses                                    complexn;
Var
  a,b,c:                                complex;
begin
  a.re:= 1;      a.im:= 1;
  b.re:= 1;      b.im:= 2;
  AddC(a,        b,        c);
  Writeln (' сложение :', c.re: 5:1,
c.im:      5:1,      'i');
  SubC  (a,        b,        c);
  Writeln (' вычитание :', c.re: 5:1,
c.im:      5:1,      'i');
End.
```

Модуль:

```
Unit                                    complexn;
Interface
  type
    complex=                                record
      re,          im:                    real;
    end;
  procedure AddC (x, y: complex; var z:
complex);
  procedure SubC (x, y: complex; var z:
complex);
  const c: complex= (re: 0.1; im: -1);
implementation
  procedure                                AddC;
```

```

begin
  z.re:=      x.re      +      y.re;
  z.im:=      x.im      +      y.im;
end;
procedure
  SubC;
begin
  z.re:=      x.re      -      y.re;
  z.im:=      x.im      -      y.im;
end;
end .

```

Таковы некоторые примеры применения case-study при изучении вопросов, связанных с компиляцией модулей.

*Кунакбаев А.
Василькова Н.А.
г. Челябинск*

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТЕМЫ «ПРОЦЕДУРЫ READ, WRITE, READLN, WRITELN»

Недостаток учебно-методического обеспечения разделов и тем по дисциплинам (профессиональным модулям, междисциплинарным курсам), которое обеспечивает восприятие и усвоение темы, обусловили выбор темы «Учебно-методическое обеспечение темы «Процедуры Read, Write, Readln, Writeln».

Разработка учебно-методического обеспечения по теме «Процедуры Read, Write, Readln, Writeln» должна быть обусловлена учебными целями, требованиями рабочей программы и календарно-тематического плана.

Проектируя учебно-методическое обеспечение, принимаем во внимание его необходимую структуру. Необходимыми компонентами учебно-методического обеспечения выступают: конспект лекции (учебные тексты), презентация для объяснения нового материала, задание для практической работы, тестовые задания по проверке сформированности знаний, задания для самостоятельной работы обучающихся, дидактические материалы (схемы, таблицы, фотографии, видео), методические материалы для студентов (критерии оценки выполнения практического задания, темы рефератов, список основной и дополнительной литературы).

В результате разработки были сформулированы учебные цели по теме занятия. Студент в результате изучения темы должен:

Знать:	Уровень усвоения	Уметь:	Уровень усвоения
Понятие Паскаля	1	Отличать Паскаль от других языков	1
Процедуры Read и Readln	1	Использовать процедуры ввода на практике	2
Процедуры Write и Writeln	1	Пользоваться процедурой ввода с переносом строки и без	2

Разработанный план изучения темы включает основные вопросы по теме «Процедуры Read, Write, Readln, Writeln»:

1. Понятие Паскаля
2. Процедуры Read и Readln
3. Процедуры Write и Writeln

На основе плана изучения темы отбирались учебные материалы и учебные элементы, представленные ниже.

1. Паскаль - известный язык программирования, используемый для обучения программированию в старших классах и на первых курсах вузов, является базой для ряда других языков.

В Паскале существуют процедуры и функции. В данной статье говорить мы будем о процедурах, а именно о Read, Readln, Write, Writeln.

2. Процедура Read

Read - Процедура считывания компонента файла в переменную.

Пример ввода:

Read(F, Ch)

Этапы выполнения процедуры Read:

4. Работа программы временно останавливается и ожидается ввод данных.
5. После нажатия клавиши Enter переменная станет равна вашему значению.

Процедура Readln

Процедура считывания компонента файла в переменную и перенос курсора на следующую строку.

Перед вводом поставив процедуру Write, вы дадите пользователю подсказку, что именно нужно ввести в окно. Если вы введете сообщение, типом переменных не соответствующее типу, введенному вами, то на экране выводится сообщение об ошибке.

3. Процедуры Write и Writeln

Write - Процедура вывода результатов данных на экран.

Кроме Write, существует процедура Writeln.

Оператор Writeln - Процедура вывода результатов данных на экран и перенос курсора на следующую строку.

Другими словами, Writeln выполняет ту же задачу, что и Write, только лишь переносит текст на другую строку.

Пример:

В исходном коде пишем:

```
Program primer;  
uses crt;  
begin  
  clrscr;  
  write ('Статья ');  
  write ('Кунакбаев Альсим');  
  readln  
end.
```

Рис.1 Пример Оператора с использованием Write

Результат работы программы будет таким:

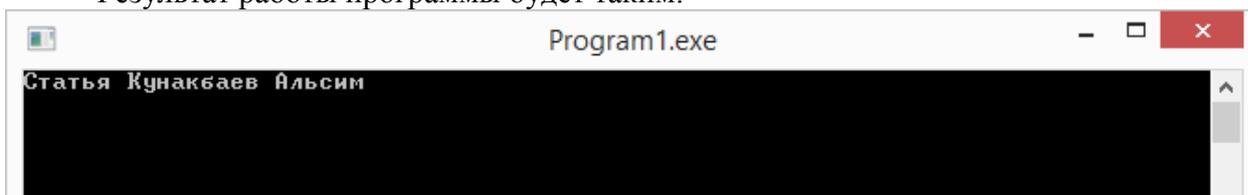


Рис.2 Результат работы программы с использованием Write

Как видно на рисунке, оба текста написаны в одной строке, т.к. была использована процедура Write.

Для того, чтобы второе сообщение выводилось на следующей строке, нужно использовать оператор `Writeln`.

Исправим `Write` на `Writeln`:

```
Program primer;  
uses crt;  
begin  
  clrscr;  
  writeln ('Статья ');  
  write ('Кунакбаев Альсим');  
  readln  
end.
```

Рис.3 Пример Оператора с использованием `Writeln`.

Теперь же мы видим, что результат работы программы стал другим:

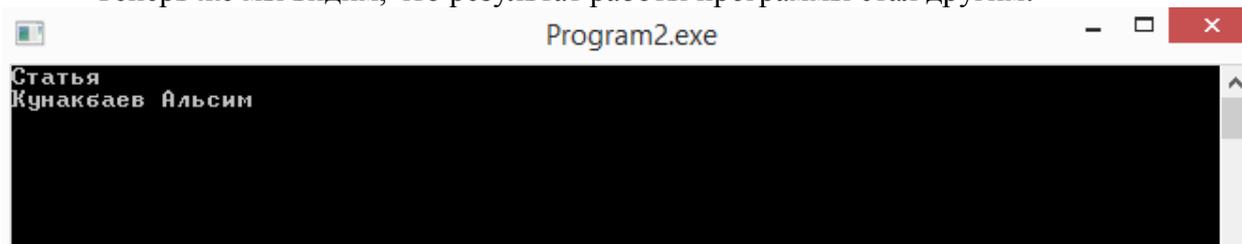


Рис.4 . Результат работы программы с использованием `Writeln`

Главным фактором разработки задания для практической работы выступают учебные цели, рассчитанные на формирование умений.

Задание для практической работы. На основе лекционного материала напишите программу, выводящую текст на одной строке, затем с переносом строки, используя операторы `write` и `writeln`.

Тестовые задания по проверке сформированности знаний разработаны в соответствии с учебными целями «Знать» и рассчитаны на проверку 1 уровня усвоения знаний. Приведем тестовые задания, в которых требуется выбрать один правильный ответ из предложенных.

Задание 1. Что такое Паскаль?

- 1) компилируемый, статически типизированный язык программирования общего назначения;
- 2) императивный, структурированный, объектно-ориентированный язык программирования со строгой статической типизацией переменных; основная область использования — написание прикладного программного обеспечения;
- 3) известный язык программирования, используемый для обучения программированию в старших классах и на первых курсах вузов, является базой для ряда других языков;
- 4) это язык программирования, с помощью которого веб-страницам придается интерактивность. С его помощью создаются приложения, которые включаются в HTML-код.

Ответ:

Задание 2. Чем отличается процедура `Read` от `Readln`?

- 1) `Readln` не прочитывает данные, в отличие от `Read`.
- 2) `Readln` переносит текст на следующую строку, в отличие от `Read`.
- 3) `Read` не прочитывает данные, в отличие от `Readln`.
- 4) `Read` переносит текст на следующую строку, в отличие от `Readln`.

Ответ:

Задание 3. Чем отличается процедура `Write` от `Writeln`?

- 1) Оператор Writeln выполняет ту же задачу, что и Write, только лишь переносит текст на другую строку.
- 2) Оператор Write выполняет ту же задачу, что и Writeln, только лишь переносит текст на другую строку.
- 3) Write не записывает данные, в отличие от Writeln.
- 4) Writeln не записывает данные, в отличие от Write.

Ответ:

Задания для самостоятельной работы обучающихся обеспечивают усвоение темы в полном объеме. Одним из таких заданий может быть создание программы: **«Используя оператор Writeln и Readln, напишите программу, которая выводит на экран квадрат введенного числа».**

В дидактические материалы по теме «Процедуры Read, Write, Readln, Writeln» может входить таблица соотношения процедур и их значений:

Название процедуры	Значение
Read	Процедура считывания компонента файла в переменную
Readln	После ввода данных (Read) выполняется переход на следующую строку.
Write	Процедура вывода результатов данных на экран
Writeln	Процедура вывода результатов данных на экран и перенос курсора на следующую строку

Таковы структура и содержание учебно-методического обеспечения изучения темы «Процедуры Read, Write, Readln, Writeln». Перспективой разработки учебно-методического обеспечения по данной теме выступает создание листов рабочей тетради, опорных конспектов, составление учебных задач (простых, сложных, творческих).

Библиографический список

1. Pascal Самоучитель. Автор: О.А. Меженный. Издательство: Вильямс, диалектика. Год: 2008.
2. Turbo Pascal. Автор: С.А. Немнюгин. Издательство: Питер. Год: 2001.
3. Интернет источник. Паскаль (Язык программирования)
4. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Паскаль> (язык программирования)

***Мынзарар В.
Гафарова Е.А.
г. Челябинск***

**ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕАУДИТОРНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖА
НА ОСНОВЕ ЭЛЕКТРОННОГО УЧЕБНОГО ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«КОМПЬЮТЕРНЫЕ СЕТИ»**

Актуальность названной темы определяется противоречием между возникшей потребностью в разработке электронного учебного пособия по новым стандартам и недостаточным обеспечением электронными учебными пособиями в преподавании дисциплины «Компьютерные сети».

Цель исследования - теоретическое обоснование и разработка электронного учебного пособия по дисциплине «Компьютерные сети» как программно-педагогического

средства организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов колледжа в учебном процессе.

Объект исследования – самостоятельная работа студентов колледжа в учебном процессе.

Предмет исследования – электронное учебное пособие для изучения дисциплины «Компьютерные сети».

Практическая значимость исследования заключается в создании электронного учебного пособия (далее - ЭУП) дисциплины «Компьютерные сети» и возможности его использования в учебном процессе ФГБОУ ВПО ЧГПУ ППИ и в учреждениях СПО, занимающихся подготовкой специалистов в области информационно-коммуникационных технологий.

Понятийный аппарат нашего исследования мы определили из анализа теоретико-методических источников.

Электронное учебное пособие - это обучающая программа, осуществляющая дидактический цикл процесса обучения, обеспечивающая интерактивную учебную деятельность и контроль уровня знаний [1].

ЭУП отличается от обычного печатного издания следующими особенностями:

1. Изучение материала не связано с жесткими временными рамками и может быть организована как внеаудиторная деятельность.

2. Структура пособия позволяет установить контроль над изучением определенных блоков тем.

3. Имеется возможность построения простого и удобного механизма навигации, развитого поискового механизма в пределах электронного пособия на основе использования гипертекстового формата издания.

4. Имеется возможность адаптации изучаемого материала пособия к уровню знаний обучаемого.

5. Имеется возможность встроенного автоматизированного контроля уровня знаний обучающегося.

6. Имеется возможность адаптации и оптимизации пользовательского интерфейса под индивидуальные запросы обучаемого [2].

К дополнительным особенностям электронного пособия по сравнению с печатным следует отнести возможность включения специальных фрагментов, моделирующих течение многих физических и технологических процессов, возможность включения медиафайлов, для иллюстрации наиболее трудных фрагментов учебного материала.

Беспорным преимуществом ЭУП является также интерактивность, мультимедийность и возможность организации самостоятельной работы в различных временных и деятельностных форматах.

Самостоятельная работа студентов - это деятельность студентов по усвоению знаний и умений, протекающая без непосредственного участия преподавателя, хотя и направляемая им [3].

Под внеаудиторной самостоятельной работой принято понимать планируемую учебную, учебно-исследовательскую, научно-исследовательскую работу студентов, выполняемую во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

В процессе исследовательской работы нами изучено и проанализировано содержание дисциплины «Компьютерные сети», календарно-тематический план изучения этой дисциплины, база исследования - ГБОУ СПО (ССУЗ) "Южно-Уральский государственный технический колледж" и особенности преподавания этой дисциплины на различных специальностях.

Также нами были проанализированы возможности современных средств создания ЭУП - различные программные среды и платформы. Исходя из критериев –

полифункциональности, эргономичности и совместимости с различными интерфейсами, мы остановили свой выбор на программе Dreamweaver.

На основе анализа содержания дисциплины, методических приемов ее преподавания, дидактических возможностей электронных учебных пособий нами была разработана структура и содержание нашего педагогического программного средства.

В ЭУП входят следующие блоки: Теоретический материал, Справочный блок, Практический блок, Контролирующий блок

Данное электронное учебное пособие построено таким образом, что оно не просто выполняет роль информационно-справочного пособия, но и управляет умственной работой студентов в процессе усвоения учебного материала и решения задач разного вида – типовых, комплексных, нестандартных.

Первый лист пособия – титульный, с которого можно переместить в любой раздел.

На листе «Содержание» располагаются все основные разделы электронного учебного пособия.

Теоретический материал состоит из трех тем, к каждой прикреплена презентация для лучшего восприятия лекционного материала.

Практический блок представлен пятью лабораторными работами, а контролирующий содержит итоговый тест.

Справочный блок включает в себя необходимые теоретические сведения в справочном формате.

Итак, разработанное нами электронное учебное пособие является одним из вариантов решения проблемы теоретического и практического изучения дисциплины «Компьютерные сети» для реализации внеаудиторной самостоятельной работы студентами учреждений среднего профессионального образования.

Библиографический список

1. Машбиц, Е.И. Психолого-педагогические проблемы компьютеризации обучения [Текст]/ Машбиц Е.И., - М.: Педагогика, 2004. – 192 с.

2. Краевский, В.В. Общие основы педагогики: Учеб. для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: Издательский центр "Академия", 2006. – 256 с.

3. Сборник внеаудиторной самостоятельной работы по дисциплине Информатика и ИКТ. - URL: <http://garnett.ru/konspekty/luchshie/sbornik-vneauditornoj-samostoiatelnoi-raboty-po-distipline-informatika-i-ikt/>.

*Пикалов Д.М.
Диденко Г.А
г. Челябинск*

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ В УЧЕБНЫЙ ПРОЦЕСС ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ

Аннотация: В данной научно-исследовательской статье рассмотрены вопросы разработки и внедрения в учебный процесс электронных учебно-методических комплексов, предназначенных для оказания помощи студентам в усвоении учебного материала, повышения уровня знаний и необходимых профессиональных компетенций будущего педагога. Раскрыты требования к структуре и содержанию электронных учебно-методических комплексов.

Ключевые слова: компьютерные средства обучения, электронный учебно-методический комплекс, мультимедиа-курс, информатизация, информационные технологии.

В условиях постоянно нарастающей информатизации общества сфера образования не может не изменяться. Современные педагогические технологии на сегодняшний день

невозможны без применения компьютерных средств обучения. Информационные технологии в образовании играют всё более существенное значение. Разработчики средств обучения уже давно предложили учебным заведениям альтернативу рабочим тетрадям, учебным пособиям и обычной доске. Поэтому разработка и внедрение в учебный процесс компьютерных средств обучения (далее КСО) является на сегодняшний день одной из актуальных проблем информатизации российского образования.

Раскроем следующие сопутствующие определения для данной научно-исследовательской статьи:

1) Под компьютерным средством обучения (КСО) понимают программное средство (программный комплекс) или программно-технический комплекс, предназначенный для решения определенных педагогических задач, имеющий предметное содержание и ориентированный на взаимодействие с обучаемым [1].

2) Под информатизацией образования подразумевается процесс обеспечения сферы образования методологией и практикой разработки и использования современных технологий [2].

В ряду компьютерных средств обучения особое значение имеют электронные учебно-методические комплексы (ЭУМК), позволяющие комплексно подходить к решению основных дидактических задач.

ЭУМК предназначены для оказания помощи в изучении и систематизации теоретических знаний, формировании практических навыков работы в предметной области с использованием информационных технологий и содержат не только теоретический материал, практические задания, тесты, видеоуроки, мультимедийные презентации и другие интерактивные фрагменты.

Выделим основные цели создания ЭУМК в высших и средне-специальных образовательных учреждениях:

- облегчение труда преподавателя;
- уменьшения количества бумажной работы;
- способ сделать учебный материал более доступным, возможность в любой момент воспользоваться данным научным материалом;
- ускорение освоения учебного материала;
- увеличение разнообразия учебного материала;
- повышения интереса студентов к изучаемой дисциплине;
- применение в процессе обучения интерактивных и мультимедийных средств.

ЭУМК по различным дисциплинам должно обладать информационной наглядностью, позволять тренироваться и реализовывать самокоррекцию знаний, включать совокупность образовательных ресурсов, необходимых для самостоятельного изучения соответствующей учебной дисциплины при консультационной поддержке преподавателя данной дисциплины.

ЭУМК для образовательных учебных заведений являются мультимедиа-курсами, каждый из которых представляет собой комплекс логически связанных структурированных дидактических единиц, представленных в цифровой форме, содержащей все компоненты учебного процесса. Мультимедиа-курс является средством комплексного воздействия на обучаемого путем сочетания концептуальной, иллюстративной, справочной, тренажерной и контролирующей частей. Структура и пользовательский интерфейс этих частей курса должны обеспечивать эффективную помощь при изучении материала. Основой ЭУМК (мультимедиа-курса) является его интерактивная часть, которая может быть реализована только на компьютере. В нее могут входить: электронный учебник, электронный справочник, тренажерный комплекс (компьютерные модели, конструкторы и тренажеры), задачник, электронный лабораторный практикум, компьютерная тестирующая система. Данная структура может быть скорректирована с учетом специфики гуманитарных, естественнонаучных и физико-математических дисциплин [3].

Анализ статистических данных челябинских вузов и вузов Челябинской области по внедрению в учебно-образовательный процесс ЭУМК показал, что в вузах, обеспечивающих студентов возможностью самим получать знания учебной дисциплины в неограниченном времени, значительно повысился уровень образования, скорость усвояемости учебного материала, а также увеличился уровень остаточных знаний студентов [4].

Таким образом, внедрение и использование КСО, а именно ЭУМК в учебный процесс позволило устранить или заметно снизить временные, пространственные и финансовые барьеры в распространении учебной информации, создать собственные интегрированные информационные образовательные структуры (ресурсы).

Подтверждено, что главной особенностью использования ЭУМК в учебном процессе (традиционном или дистанционном) является такое обучение, при котором предоставление обучаемым существенной части учебного материала и большая часть взаимодействия с преподавателем осуществляются с использованием технических, программных и административных средств глобальной сети Интернет. При этом студенты имеют возможность сами получать требуемые знания, пользуясь развитыми образовательными информационными ресурсами, предоставляемыми современными информационными технологиями тем самым повышать собственный уровень знаний, а также необходимые профессиональные компетенции будущего специалиста.

Библиографический список

1. Компьютерные Средства Обучения (КСО) [электронный ресурс] URL: <http://mpm.nspu.ru/studentwork/seliverstikova/s0.htm> (дата обращения 21.10.2012)
2. Григорьев С.Г. Информатизация образования [Текст]: учебное пособие/ С.Г. Григорьев, В.В. Гришкун . – М. : Юрайт-Издат, 2013.-221 с.
3. Осипов В.Г. технология разработки электронных учебно-методических комплексов// Эффективность внедрения в учебный процесс педагогических технологий и компьютерных обучающих программ: научно-методический сборник/ В.Г. Осипов.- Омск: ОТИИ, 2011.- 157 с.
4. Павелко Г.А. Использование интерактивных методов и средств обучения в учебном процессе вуза [Текст]: Парадигма современной науки глазами молодых: материалы междунар. науч. конф., посвящ. пам. Т.Ж. Атжанова и А.М. Роднова. – Костанай: Костанайский филиал ГОУ ВПО «Челябинский гос. ун-т», 2011. – С.465-469.

РАЗДЕЛ III. ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ УЧАЩИХСЯ И СТУДЕНТОВ

*Дерябина А.В.
Коняева Е.А.
г. Челябинск*

ЗНАЧЕНИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В СТУДЕНЧЕСКОЙ ЖИЗНИ

Как известно, студенческая жизнь самая прекрасная пора. Но в тоже время, именно она является одним из самых сложных этапов. Жизнь студента очень насыщенная. Хочется успеть все. Получение высшего образования одна из сложнейших задач. Что же поможет успевать везде и при этом чувствовать себя полным сил?

Общее физическое состояние зависит от многих факторов, как от социальных, так и от естественных. Но самое главное, что оно управляемо. Чтобы поддерживать физическую форму студентам помогают нагрузки. Ведь давно не секрет, что умственные нагрузки лучше всего чередовать с физическими. Воспитывающее значение спорта трудно переоценить, во все времена спорт играл большую роль в жизни человека. В наши дни стало особенно модно заниматься спортом, иметь спортивное тело, соблюдать правильное питание и не иметь вредных привычек. Это стало актуально не только потому, что развивает физические способности, но и улучшает состояние организма в целом.

Физическая культура и спорт являются важным средством всестороннего и гармонического развития студента и необходимы для социального становления. Значит физическая культура и одна из ее составных частей - студенческий спорт - в структуре образовательной и профессиональной подготовки будущих бакалавров и специалистов выступают не только в роли учебной гуманитарной дисциплины, а так же как средство направленного развития целостной личности [3].

В ряде исследований установлено, что у студентов, включенных в систематические занятия физической культурой и спортом и проявляющих в них достаточно высокую активность, вырабатывается определенный стереотип режима дня, повышается уверенность поведения, наблюдается развитие престижных установок, высокий жизненный тонус. Они в большей мере коммуникабельны, выражают готовность к сотрудничеству, радуются социальному признанию, меньше боятся критики. У них наблюдается более высокая эмоциональная устойчивость, выдержка, им в большей степени свойственен оптимизм. Среди них больше настойчивых, решительных людей, умеющих быть лидерами. Этой группе студентов в большей степени присуще чувство долга, добросовестность, собранность. Они успешно взаимодействуют в работе, требующей постоянства, напряжения, свободнее вступают в контакты, более находчивы, им легче удается самоконтроль [1].

Физическое воспитание в вузах проводятся на протяжении всего обучения студентов. Целью физического воспитания в вузах является:

1. Воспитание у студентов высоких моральных, волевых и физических качеств, готовности к высокопроизводительному труду.

2. Сохранение и укрепление здоровья студентов, содействие правильному формированию и всестороннему развитию организма, поддержание высокой работоспособности на протяжении всего периода обучения.

3. Всесторонняя физическая подготовка студентов.

В процессе работе было проведено анкетирование среди первого курса. Студенты ответили на следующие вопросы:

- 1) Занимаетесь ли вы спортом?
- 2) Посвящаете ли вы физическим нагрузкам больше трех дней в неделю?
- 3) Помогает ли спорт отвлечься после тяжелого учебного дня?
- 4) Чувствуете ли вы мотивацию для достижения высоких результатов?
- 5) Ощущаете ли вы благодаря спорту себя бодрее?
- 6) Чувствуете ли вы внутреннее удовлетворение после тренировок?

Выяснилось, что 69% учащихся свою досуг проводят активно, занимаясь спортом, и именно физические нагрузки помогают чувствовать себя бодрее и выдерживать умственную нагрузку.

К сожалению, в современных вузах на недостаточность воспитательной работы по формированию физической культуры личности и отсутствие ценностных установок на здоровый образ жизни в среде учащейся молодежи указывает тот факт, что большой процент студентов мало интересуют физкультурно-спортивные мероприятия. Подавляющее большинство сведений о значении физкультурно-спортивной активности они получают из источников средств массовой информации – газет, телевидения, интернета и др., т.е. пассивных средств физического воспитания [2].

Был проведен анализ литературы по данному вопросу и анкетирование. Выяснилось, что значение физической культуры очень велико. Именно физические нагрузки позволяют существенно улучшить состояние студентов. Можно сделать вывод, что дисциплина физическая культура направлена на формирование студентов устойчивого понимания и значимости здорового образа жизни, необходимости занятий физкультурой и спортом без принуждения.

Библиографический список

1. Организация здорового образа жизни студентов при помощи педагогических технологий. [Электронный ресурс]: <http://www.conference-mgpi.ru/4/4-7-Melnikova.htm>.
2. Калашников, А.Ф. Физическая культура / А.Ф. Калашников, – : ОРАГС, Орел, 2012.
3. Скриптунова, Е.А., О предпочтениях городской молодежи. / Скриптунова Е.А., Морозов А.А. Социологические исследования. № 1, 2011.
4. В.А. Коваленко - Физическая культура: Учебное пособие / Москва : Изд-во АСВ, 2012.

*Дзюба К.А.
Коняева Е.А.
г. Челябинск*

ПРОФИЛАКТИКА ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТИ У СТУДЕНТОВ

С каждым днем в России количество интернет-пользователей увеличивается. Все больше подключаются к «Всемирной паутине». В связи с этим актуальна проблема зависимости человека от интернета.

Сегодня именно с интернетом человек решает множество различных задач, в том числе, вопросы трудоустройства, поиск новой информации, установление новых социальных связей, которые не включают в себя эмоционально-чувственную сферу, и является бесконтактным общением, то есть, теряются навыки межличностного общения, взаимодействия с другими людьми.

Невозможно не признать положительные моменты интернета, но необходимо показать и негативную сторону использования «Всемирной паутины». Прежде всего, это риск формирования интернет-зависимости. В самом общем виде интернет-зависимость определяется как «нехимическая зависимость от пользования интернетом». Как отмечает О. Вересаева, в некоторых психологических источниках это определение звучит как,

психическое расстройство, навязчивое желание подключиться к интернету и болезненная неспособность вовремя отключиться от интернета [2].

Таким образом, одной из важных проблем современного общества является интернет-зависимость. В настоящее время ученые изучают и разрабатывают различные методы и формы профилактики этой зависимости.

На данный период времени 38% пользователей интернета составляет молодежь, но и среди молодежи выделяется категория наиболее частых пользователей – студенты. Л.В. Мардахаев считает, что студенческая молодежь имеет специфически социальные и психологические черты, наличие которых определяется как возрастными особенностями молодых людей, так и тем, что их социально-экономическое и общественно-политическое положение, духовный мир находятся в состоянии становления, формирования [5]. Из этого можно сделать вывод, что именно это категория предрасположена к интернет-зависимости.

Мы согласны с В.С. Мухиной, что такую предрасположенность имеют студенты, у которых имеются черты характера, такие как: ориентация на собственном внутреннем мире – чувства, мысли, трудности в установлении социальных контактов с окружающими. Кроме того, студентам характерны следующие особенности: появление жизненных планов; поиск профессии; проблема выбора жизненных ценностей; развитие способности к сопереживанию, к активному нравственному отношению к людям, к самому себе и к природе; присвоение социально значимых свойств личности [4].

По результатам эмпирического комплексного исследования, проведенного в ряде вузов Уральского региона среди студентов 1-3 курсов, было выявлено, что 16% респондентов имеют интернет-зависимость и 35% предрасположены к ее возникновению.

В качестве критериев зависимости М.И. Дрепа рассматривает: сложность контроля времени, проводимого в интернете; включение в различные виды деятельности в сети интернет и не включение в деятельность вне сети.

Более того, основные характеристики личности интернет-зависимых студентов проявляются в:

- эмоционально-волевой сфере – высокими показателями депрессии, агрессивности и враждебности и низкие показатели силы воли, стрессоустойчивости, самооценки и уверенности в себе;

- коммуникативной сфере – повышенный уровень одиночества и конфликтности;

- мотивационной сфере – ее направленность в сторону избегания неудач [3].

Исходя из того, что проблема является актуальной, необходимо разрабатывать мероприятия направленные на предотвращение данного вида зависимости и актуализацию реального мира, что предполагает вторичная профилактика. Вторичная профилактика представляет собой комплекс различных мероприятий (психологических, педагогических, медицинских и т.д.), направленных на предотвращения перехода нарушений развития в хронические формы и предупреждение возникновения вторичных нарушений.

Так же профилактика интернет-зависимости предполагает реализацию вариативно-субъективного подхода, который направлен на: развитие духовно-нравственных, интеллектуальных, физических ресурсов молодежи; формирование у студентов позитивного представления о себе; развитие активной жизненной позиции; формирование качеств социальной компетентности, навыков общения, умение оказывать поддержку другим.

Эффективность профилактики интернет-зависимости обеспечивают педагогические условия:

- формирование ценностного отношения к условиям реальной деятельности как результат и следствие социального опыта личности;

- использование потенциалов влияния молодежных общественных объединений;

- интеграция усилий социальных институтов в разработке и реализации профилактических программ для студентов;

- развитие волонтерского движения на базе молодежных общественных объединений.

Основными направлениями вторичной профилактики являются: информирование студентов о механизмах воздействия сети интернет на личность; выработка у них стратегий высоко функционального поведения; развитие устойчивости к отрицательным социальным влияниям; развитие личностных ресурсов и навыков достижения поставленных целей в реальной жизни [3].

Таким образом, учитывая особенности студентов и специфику проявления интернет-зависимости, было предположено, что наиболее эффективным средством вторичной профилактики является проектная деятельность. В.С.Безрукова выделяет следующие преимущества проектной деятельности: каждый шаг планируется, просчитывается; проект имеет сроки реализации; можно спланировать результат, за короткий срок реализовать цель; имеет критерии оценки результатов; выделяются этапы, реализация которых определяет эффективность работы [1].

Данный вид деятельности предусматривает: проведение своевременной диагностики интернет-зависимости у студентов; индивидуальный подход в работе со студентом; групповая форма взаимодействия со студентами.

Резюмируя вышесказанное, можно сделать вывод, что проблема интернет-зависимости выдвигается сегодня на первый план. Некоторые студенты настолько увлечены «Всемирной паутиной», что предпочитают интернет реальности. Именно для таких людей ученые разрабатывают различные методы для помощи студентам вернуться в реальную жизнь наиболее безболезненным способом.

Библиографический список

1. Безрукова, В.С. Педагогика. Проектная педагогика [Текст] : учеб. пособие / В. С. Безрукова. – Екатеринбург: Деловая книга, 1996. – 273 с.
2. Вересаева, О. Психология и интернет на пороге XXI века. Психологическая газета №12, 1996. С.4-6.
3. Дрепа, М. И. Психологическая профилактика Интернет-зависимости у студентов [Текст] : дис. ... канд. псих. наук: 19.00.07 / М. И. Дрепа ; Северо-Кавказский соц. ин-т. – Ставрополь, 2009. – 201 с.
4. Мухина, В.С. Возрастная психология. Феноменология развития [Текст] : учеб. пособие / В. С. Мухина. – 10-е изд., перераб. и доп. – М. : Академия, 2006. – 608 с.
5. Словарь по социальной педагогике: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений [Текст] / Л. В. Мардахаев. – М. : Академия, 2002. – 368 с.

***Хайрзаманова Р.Г.
г. Челябинск***

ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНТЕГРАЦИИ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ НА ПРИМЕРЕ СОТРУДНИЧЕСТВА ВУЗОВ КИТАЯ И РОССИИ

Независимо от времени и пространства народы Китая и России объединяет многолетнее содружество. В прочной основе китайско-российских отношений лежат исторически сложившиеся традиции двух народов. Связи наших стран уходят своими корнями в далекое прошлое. Исторически модель российского образования оказывала влияние на китайское образование, особенно высшее.

В настоящее время и в Китае, и в России проводятся экономические и образовательные реформы, выстраиваются модели высшего образования, соответствующие тенденциям развития экономики и образования, обеспечивающие вхождение в мировое образовательное пространство. Это дает новый импульс для тесного

сотрудничества вузов обеих стран. [4]

В конце XX в. высшее образование России и Китая переживает качественно новый этап сотрудничества интеграции с мировым сообществом. Этот этап открывает возможности не только позаимствовать новое, прогрессивное, проверенное многолетним мировым опытом, но и поделиться лучшим из того, что имеется в практике работы высших учебных наших стран.

Экономические реформы и в Китае, и в России, утверждение рыночных отношений требуют новых подходов к подготовке компетентных специалистов, обладающих фундаментальными теоретическими знаниями и профессиональными компетенциями. Наряду с изучением новой техники и новых технологий современное поколение специалистов должно получить в вузах знания и опыт деятельности в областях бизнеса, управления производственными и общественными процессами, экономики и коммерции, менеджмента и маркетинга. Выполнение этой задачи требует укрепления дружественного сотрудничества и научного обмена между вузами Китая и России, создания условий для международной интеграции вузов на основе использования опыта различных стран мира, в том числе вузов Китая и России. [3]

Реформы высшего образования Китая и Россия как фактор, расширяющий возможности международного сотрудничества обеих стран. С 1980-х гг. в Китае началась реформа по обеспечению открытости в области высшего образования. Ее основные задачи - оптимизация системы и структуры образования; обновление содержания и методов обучения; отказ от устаревшего содержания и методов обучения, не отвечающих требованиям современного образования; дальнейшее расширение внешних связей; усиление международного обмена и сотрудничества в области образования на основе заимствования положительного опыта, накопленного другими странами в области развития и укрепления образования. [1]

Осуществляя реформу структуры высшего образования, китайское правительство подчеркивает:

1. Необходимо создать такую систему, в которой правительство осуществляет макроуправление, а вузы, учитывая требования и запросы общества, действуют самостоятельно.

2. Ввести в вузах двухступенчатую систему управления. Это означает, что управление вузами осуществляется центральным правительством и провинциальными правительствами, в том числе правительствами автономных районов и городов центрального подчинения, а главным образом последними.

Принятые государством законы Российской Федерации «Об образовании» и «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» утвердили правовую основу деятельности высшей школы, дальнейшее развитие идеи демократизации и гуманизации получили в проекте закона «Об образовании в РФ». [2]

Новая система высшего образования в России дает каждому гражданину возможность интеллектуального, культурного и нравственного развития, получения высшего образования в соответствии с его способностями и знаниями, обеспечивает качество образования, в том числе профессиональную мобильность и социальную защищенность личности.

Результативность реформы проявляется в том, что высшее образование в России получило большую академическую самостоятельность, особо отмечаем многообразие типов высшего образования по срокам и уровням подготовки, формам обучения, выдаваемым дипломам, академическим и ученым степеням.

Введение многоуровневой системы высшего образования на основе использования лучшего мирового опыта, существенно расширяет возможности интеграции в области высшего образования и сотрудничества между вузами Китая и России, как по содержанию, так и по срокам обучения соответствующего уровня образования, которые приняты в большинстве стран мира, в том числе в Китае и России.

Главные цели и задачи международной интеграции в сфере высшего образования Китая и России. Международная интеграция и сотрудничество в области высшего образования определяется взаимным доверием и обменом опытом вузов обеих стран. Для осуществления интеграции необходимо:

1. Участие вузов в международном рынке научно-технического и экономико-управленческого труда, а также в рынке образовательных услуг.
2. Развитие механизмов, которые позволят каждому учебному заведению выступать в качестве самостоятельного субъекта международного сотрудничества.
3. Обеспечение непрерывности научных исследований и внедрения их результатов в учебный процесс вузов.
4. Развитие в высшей школе передовых образовательных технологий, распространение передовых научных знаний и достижений.
5. Глубокое изучение языков и культур России и Китая. [2]

Направления международного сотрудничества. Обозначенные цели и задачи международной интеграции требуют активизации поиска путей развития международного сотрудничества в высшем образовании и определения направлений сотрудничества.

Среди направлений международного сотрудничества в высшем образовании обеих стран можно выделить:

1. Обмен между высшими учебными заведениями России и Китая, программами, студентами, аспирантами, профессорами и научными работниками.
2. Разработка и внедрение совместно разработанных образовательно-профессиональных программ бакалавриата и магистратуры.
3. Реализация профессиональных программ для студентов со степенью бакалавра.
4. Организация совместных образовательных и исследовательских центров в городах России и Китая.
5. Участие в международных проектах в области образования, науки и культуры.
6. Организация выставок достижений в области образования и науки и участие в них.
7. Участие высших учебных заведений в создании телекоммуникационных систем для обмена информационными ресурсами.

Предложения по дальнейшему развитию международного сотрудничества в высшем образовании. Анализируя основные тенденции развития международной интеграции в области высшего образования, следует отметить необходимость улучшения организационной стороны сотрудничества. Система, которая могла бы заниматься решением следующих задач:

1. Организация прямых международных контактов и связей между вузами региона.
2. Подготовка прогнозов, аналитических докладов и рекомендаций по развитию и интеграции науки и образовательных процессов в вузах.
3. Предоставление независимой экспертизы международных и национальных результатов образования в вузах.
4. Участие в создании и развитии научных и технологических парков, научных и образовательных комплексов в регионе.
5. Участие в аттестации работников вузов региона.
6. Организация международных научных конференций и семинаров. [3]

Кроме того, ассоциация могла бы подготовить проект создания международного регионального университета. Этот университет мог бы стать центром для развития и обмена образовательными технологиями, объединения потенциала лучших вузов региона в подготовке и переподготовке специалистов.

В рамках ассоциации возможна работа по подготовке проекта организации системы дистанционного обучения в новой информационной среде, которая даст возможность студентам

проходить курс обучения в течение всего периода времени без выезда за границу. Существует необходимость создания условий в регионе для реального функционирования глобальной системы дистанционного обучения.

Другим возможным предметом деятельности ассоциации может стать развитие международного сотрудничества в области послевузовского образования. Думаем, что развитие и внедрение предложенного проекта будет большим вкладом в международное сотрудничество и интеграцию высшего образования наших народов, а также в развитие мировой системы образования в целом.

Библиографический список

1. Закон КНР «Об образовании».
2. Закон Российской Федерации «Об образовании»
3. Кузьмин, А.Н. Международное педагогическое сотрудничество как фактор подготовки квалифицированных специалистов / А.Н. Кузьмин // Автореф. дис. – Ярославль. – 2009.-20с.
Ларионова, М. Международное сотрудничество как ресурс развития вуза / М.Ларионова, Д.Суслова // Ректор вуза. – 2012. - №7. – с.22-27.

*Храмцова Е.И.
Нуруллина Э.С.
г. Челябинск*

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ

Поток туристов в нашей стране и за рубежом растет с каждым годом в огромных количествах. Опыт различных стран показывает, что успех развития туризма напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается эта отрасль, насколько она пользуется государственной поддержкой. Специфика туризма связана с интернациональным характером и широким спектром отношений, в которые приходится вступать лицам, так или иначе участвующим в организации отдыха и путешествий. В любом государстве взаимоотношения сторон «турист – турфирма», «турист – государство», «турфирма – государство», регулируются соответствующим законодательством. В зависимости от степени цивилизованности государства и при все большем приближении к понятию правового государства законодательство становится более детальным и полным. В оптимальном варианте должен быть охвачен каждый элемент взаимоотношений указанных сторон.

Выделим основные проблемы российского туризма. Одна из проблем российского туризма – это дороговизна отдыха в собственной стране. Это касается как высоких цен на проживание в гостиницах и пансионатах, так и дорогой авиаперевозке. И этими проблемами умело пользуются зарубежные операторы, выпуская на российский рынок огромное количество предложений недорогого отдыха в странах Греции, Италии, Испании, где уровень сервиса, как правило, превосходит тот, что могут предложить курорты Краснодарского края, причем цены из-за жесточайшей конкуренции туроператоров порой кричаще низкие. Решение данной проблемы может заключаться в пересмотре тарифов на внутренние авиаперевозки. А также формирование турпакетов по образцу создание зарубежных туров, что должно удешевить в целом стоимость тура. Решение это задачи крайне актуально, т.к. рынок туризма будет расти, соответственно будет происходить и пополнение бюджета страны. Вторая проблема – это слабая законодательная база. После отмены лицензирования на рынке появилось много новых туристических агентств, которые повлекли за собой необоснованные скидки для закрепления на рынке. Непрофессиональные агентства – это проблема российского туризма. Одним из способов решения данной проблемы – это создание саморегулирующей организации. С другой стороны законодательно закрепить работу турагентств только по прямым договорам от

туроператоров. Третья проблема – появление он-лайн бронирования. С одной стороны удобство для туриста очевидно, но с другой – к кому обращаться за компенсацией, если туристу не будет оказана та или иная оплаченная услуга. Четвертая проблема – туроператорский демпинг. В борьбе за рынок операторы готовы продавать туры ниже себестоимости, тем самым разрушая этот рынок собственными силами. Данный вопрос очень сложный еще и потому, что нет единого видения по решению этого вопроса. Пятая проблема – плохая инфраструктура в стране. Нехватка недорогих гостиниц в России, плохая инфраструктура отпугивает иностранцев от посещения нашей страны. Бюджет страны мог значительно пополниться за счет туризма. Алтай, Байкал, Дальний Восток – красивейшие территории нашей страны могут поразить своим величием любого туриста.

Необходимо расширение ассортимента российских туристских и экскурсионных программ, оптимизацию событийного календаря, развитие туристской инфраструктуры, взаимодействия гостиниц, туроператоров, турагентов и музеев.

Проблемы зарубежного туризма носят немного иной характер. Одна из проблем – сезонность туризма в странах Средиземноморья и постоянно возрастающая концентрация в прибрежных районах. Решение этой проблемы видится в загрузке туристических объектов в низкий сезон: оборудование гостиниц закрытыми бассейнами, создание комбинированных туров, используя экскурсионные туры с последующим проживанием в прибрежных гостиницах и т.д. Вторая проблема – это падение доходов от туризма. И происходит это из-за того, что все больше иностранцев отдыхают в странах Европы не по туристическим путевкам в отелях, а «дикарем», разместившись в домах и квартирах, взятых в аренду у соотечественников.

Следует отметить, что возможность возникновения и величина издержек от туризма для развивающихся стран гораздо выше, чем для процветающих. Развитые страны по определению обладают здоровой экономикой, которая способна с легкостью покрыть все издержки туризма. Обычно экономики таких стран диверсифицированы, а правительственные инвестиционные программы сосредоточены не только на туризме. Между тем, имея достаточно много проблем, международный туризм не спешит приостанавливать свои обороты. Исследования Всемирной туристической организации дают возможность утверждать, что тенденции роста туристической индустрии будут сохраняться и в дальнейшем. В период с 2000 по 2020 года прогнозируется увеличение туристских прибытий на 200%. Что касается России, то в нашей стране туристская деятельность реформируется и развивается. К сожалению, имеющиеся туристические ресурсы используются не рационально, однако динамика развития туристического рынка России говорит о тенденциях к росту числа туристов, а иностранных – в частности.

Библиографический список

1. Актуальные проблемы туризма: Сборник научных трудов. Вып. 1 – 9 / Научный ред. Зорин И.В.М., РМАТ, 2006. -212с. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Герда, 2006. – 320с.
2. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 200с.

***Шестова А.А.
Драпкин М.А.
г. Челябинск***

FLASH-АНИМАЦИЯ КАК СРЕДСТВО РАЗРАБОТКИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Одной из программ для создания компьютерной анимации является Macromedia Flash. Это программа, которая позволяет создавать анимационные ролики.

Анимация — процесс придания способности двигаться и/или видимости жизни объектам [1].

Компьютерная анимация — имитация движения с помощью изменения (и перерисовки) формы объектов или показа последовательных изображений с фазами движения [1].

В основе анимации лежит мультипликация — технические приёмы создания иллюзии движущихся изображений (движения и/или изменения формы объектов — морфинга) с помощью последовательности неподвижных изображений (кадров), сменяющих друг друга с некоторой частотой [5].

В программе Macromedia Flash, имеется несколько видов анимации: покадровая анимация, анимация с построением промежуточных кадров, анимация формы и анимация с использованием эффектов шкалы времени [2].

Технология Macromedia Flash представляет собой совокупность инструментов для создания графики посредством языка программирования ActionScript. Создавать анимацию в данной программе несложно, ведь здесь используется такой же принцип работы со слоями, как и в известной всем программе Adobe Photoshop.

Macromedia Flash включает в себя ряд средств разработки, программу для воспроизведения flash-форматов (в основном это SWF-файлы).

Macromedia Flash позволяет работать со всеми видами графики для скомпилированных SWF-файлов.

Процесс создания анимации состоит в следующем: сначала художником рисуется статичная модель мультипликационного героя. Отдельно рисуются элементы, которые будут подвижными (руки, ноги, голова и т.п.) [2].

Далее все части раскрашиваются, превращаются в символы (если предусматривается их движение). Затем все части размещаются в различных слоях, чтобы обеспечить точность в режиме автоматического построения кадров анимации.

Необходимо также предусмотреть будущий фон для действия персонажей.

Можно заняться созданием мультфильма после выполнения всех предыдущих пунктов. Выбирается частота кадров (стандартная частота 12 кадров в секунду), начинается создание кадров будущей анимации. В зависимости от идеи, перемещаются подвижные части, создавая анимированное изображение. Можно создать озвученный мультфильм, если вставить в ролик звук: музыку или голоса.

Нами был создан ролик, который можно использовать при проведении агитационных мероприятий, направленных против употребления подростками алкоголя. С помощью двух мультипликационных персонажей («супер-лис» и «пингвин») мы отобразили проблему употребления алкоголя в общественном месте – парке. Благодаря ненавязчивым героям и небольшой продолжительности мультфильма его можно показать в любой момент проведения занятия.

Мультфильм создавался в Macromedia Flash Professional 8 с использованием наложения звуковых дорожек с речью, музыкой и звуками.

В мультфильме 42 слоя, каждый движущийся элемент находится на отдельном слое, каждая звуковая дорожка на отдельном слое.

Персонаж Лис сначала был нарисован на бумаге, потом обрисован в редакторе Flash (рис. 1). На отдельные слои вынесены лапы передние и задние, тело, хвост, глаза, брови. Также лису были нарисованы дополнительные элементы: очки, накидка, накаченные передние лапы, тело в анфас.

Персонаж Пингвин был нарисован в самом редакторе без дополнительных рисунков на бумаге. У этого персонажа есть следующие элементы: лапы передние и задние, глаза, брови. Также у этого персонажа на протяжении мультфильма меняются задние лапы, есть дополнительный элемент «бутылка» (растр найден в интернете и трассирован в программе) (рис. 2).

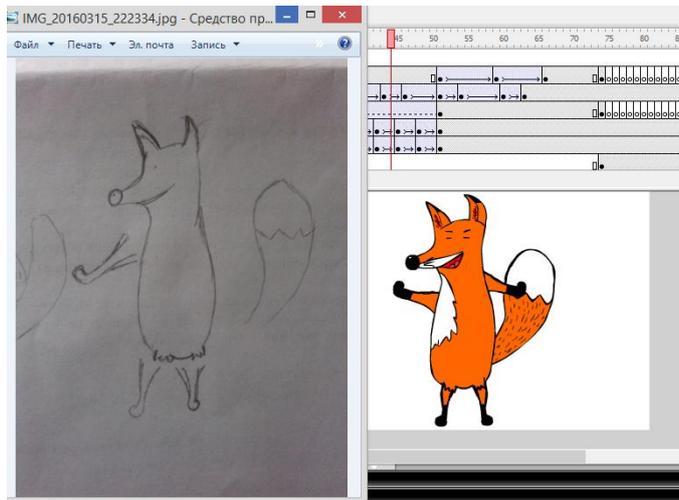


Рисунок 1- Исходный рисунок лиса и копия на рабочем столе

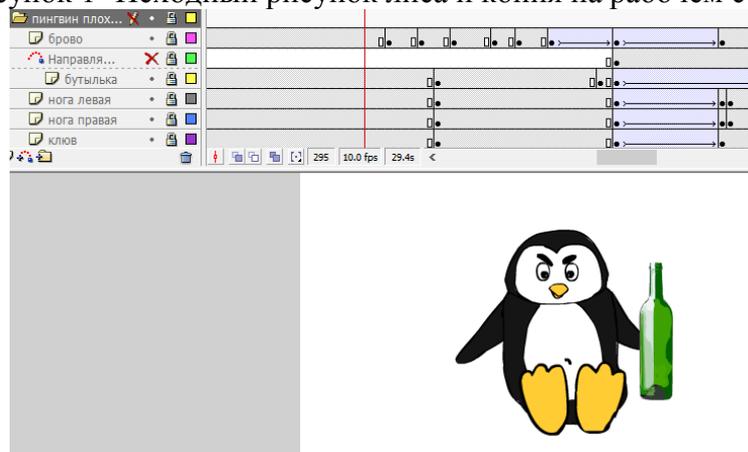


Рисунок 2 - Персонаж «Пингвин»

В мультфильме имеется два места действия: комната Лиса и парк. Интерьер комнаты составлен с помощью растровых картинок, изображения окна и стола найдены в интернете, трассированы, стол был обрисован (рис. 3). Локация «парк» создана с помощью растрового изображения, которое передвигается справа налево с помощью анимации движения (рис. 4).

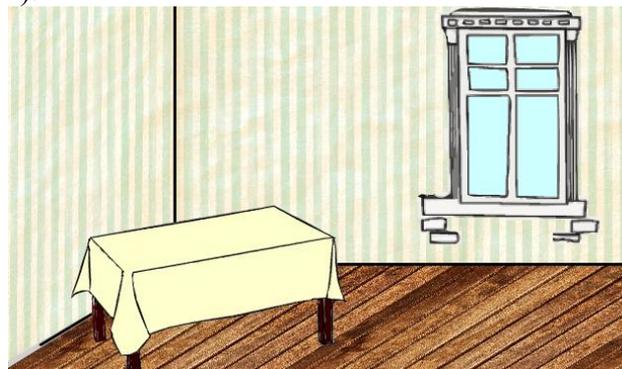


Рисунок 3 - Изображение помещения



Рисунок 4 – Изображение скамейки в парке

Голоса мультипликационных героев были записаны с помощью стандартных средств Windows. Полученные записи были обрезаны, перекодированы в формат *.wav и наложены непосредственно в слоях мультфильма.

В мультфильме очень много слоев с различными приемами создания анимации. В основном, это анимация движения. С ее помощью создавалось движение персонажей, их отдельных частей тела, передвижение фоновой картинкой в локации «парк» и др. (рис. 5). Также был использован прием движения объекта «бутылка» с помощью направляющей (рис. 6).

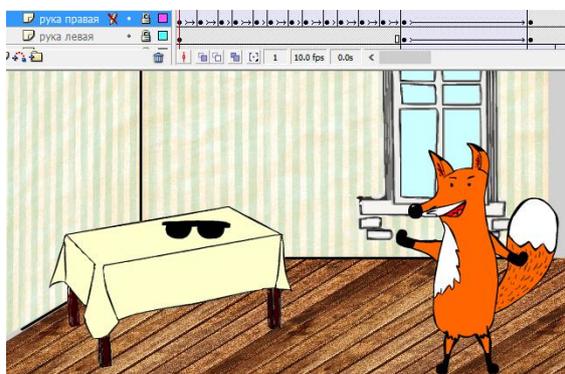


Рисунок 5 - Использование анимации движения

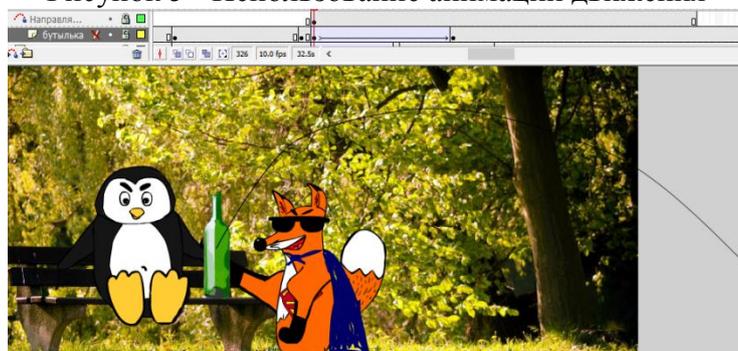


Рисунок 6 – Использование анимации с помощью направляющей

Для создания перехода между двумя локациями использовалась анимация формы (рис. 7).

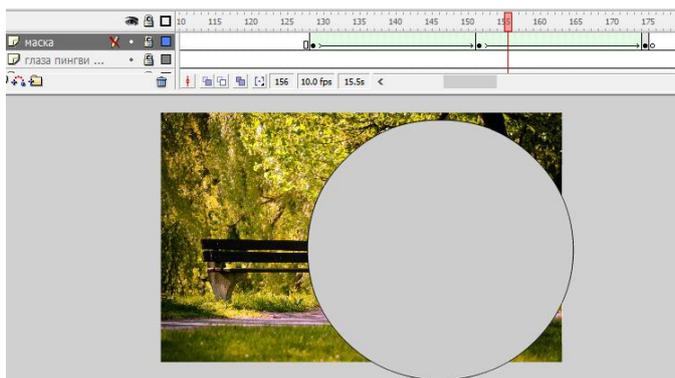


Рисунок 7 – Использование анимации формы
На следующих скриншотах показаны кадры мультфильма (рис. 8 - 10).



Рисунок 8 – Кадр из мультфильма



Рисунок 9 - Кадр из мультфильма



Рисунок 10 - Кадр из мультфильма

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе исследования нами была изучена программа создания компьютерной анимации Flash Professional 8 и её интерфейс, выявлена технология создания компьютерной анимации.

В качестве примера создана анимация «Супер-лис», которую можно рассматривать как образец социальной рекламы. Созданный нами продукт можно применять в любых учебных заведениях в качестве агитационного материала за здоровый образ жизни.

Разумеется, технология разработки компьютерной анимации может быть использована для создания учебных мультипликационных фильмов и клипов, позволяющих резко повысить наглядность обучения по различным дисциплинам в учебных заведениях всех уровней.

Библиографический список

1. Анимация. - URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

%D0%90%D0%BD%D0%B8% D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F. Дата обращения: 03.04.16.

2. Бурлаков М.В. Macromedia Flash 8. Самоучитель. - URL: <http://www.dialektika.com/books/5-8459-0994-5.html>. Дата обращения: 05.04.16.

3. Вуль В.А. Электронные издания: Учебник. - URL: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook119/01/part-010.htm>. Дата обращения: 02.04.16.

4. Использование информационных и коммуникационных технологий в общем среднем образовании. - URL: <http://www.ido.rudn.ru/nfpk/ikt/ikt5.html>.

5. Мультипликация. - URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Мультипликация_\(значения\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Мультипликация_(значения)). Дата обращения: 04.04.16.

РАЗДЕЛ IV. СОЦИАЛЬНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО СПЕЦИАЛИСТА

*Шестова А.А.
Герцог Г.А.
г. Челябинск*

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ НА ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЛЮДЕЙ: МЕХАНИЗМЫ ЕЕ ДЕЙСТВИЯ

Аннотация. В статье рассматривается одна из актуальных проблем современности – влияние Интернет-рекламы на жизнедеятельность людей и, в частности, на молодежь. На материалах известных исследований и результатах конкретного эмпирического исследования автор представляет свою позицию по заявленной проблеме.

Ключевые слова: Интернет-реклама, подростковый возраст, молодежь, эмпирическое исследование, медийная реклама, социальные сети, таргетинг, сайты, общество.

Бытует мнение, что реклама является двигателем прогресса. В этом многие видят ее положительную функцию. Однако с развитием информационных технологий реклама и, в частности Интернет-реклама, в последнее время стала наносить большой вред современному человеку, особенно молодым людям.

Проблема влияния Интернета и, в частности Интернет-рекламы на жизнедеятельность людей в современных условиях научно-технического развития, беспокоит множество исследователей. Для этого существует несколько обстоятельств. Во-первых, многие сайты содержат большое количество рекламы, и, как следствие, молодежь всё чаще воспринимает информацию, которая не всегда бывает полезна, более того наносит ущерб психике молодых людей.

Во-вторых, через некоторые виды Интернет-реклам распространяются компьютерные вирусы, а также дается информация не совсем корректного содержания и вида. Особо важной причиной большого интереса ученых и практиков к данной проблеме является тот факт, что все чаще реклама, подстраиваемая под поисковые запросы пользователя, побуждает человека приобрести совсем ненужный для него товар или услугу. Кроме этого отдельные виды рекламы влияют на возникновение внутрисемейных, коллективных и межличностных конфликтов.

Таким образом, исследование данной проблематики продиктовано следующим противоречием – между необходимостью предупредить негативное влияние Интернет-рекламы на жизнедеятельность людей и наличием множества социально-психологических проблем, с которыми сталкиваются пользователи рекламы.

Целью данного исследования является определения степени влияния Интернет-рекламы на молодежь, а также выявление положительных и отрицательных аспектов данной проблемы.

Итак, для определения влияния Интернет-рекламы на молодежь сначала нужно выяснить, что такое реклама, и как это понятие рассматривают различные авторы. Анализ большого числа источников информации по данной проблеме, свидетельствует о том, что научные определения данной категории отсутствуют. Имеющиеся дефиниции чаще всего апеллируют к публицистическим определениям.

Например, Уильям Уэллс в своей книге «Реклама: принципы и практика» дает такое определение рекламы: «Реклама (от жарг. фр. *réclame* — «хвала», «доброе слово») — часть маркетинговых коммуникаций, в рамках которых производится

оплаченное известным спонсором распространение неперсонализированной информации, с целью привлечения внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему» [1].

Из такого определения можем сделать несколько выводов: реклама работает для привлечения внимания к объекту, реклама подразумевает под собой платную услугу, реклама – неперсонализированная информация, реклама представляет собой маркетинговую коммуникацию. Но для четкого представления о рекламе следует иметь в виду, что реклама носит субъективный характер (не всегда она отображает реальные характеристики товара или услуги) и что эффективность рекламы сложно определить на продажах. Исходя из выше сказанного можно сформулировать следующее определение: *Реклама – часть маркетинговой коммуникации, платная услуга, служащая для привлечения внимания потенциальных покупателей, не представляющая собой персонализированную информацию и носит субъективный характер, зачастую невозможно подсчитать ее эффективность в продажах товаров или услуг.*

На основе этих рассуждений, можно разобраться и в том, что такое Интернет-реклама. В общих чертах, это точно такая же реклама с такими же целями, но только распространяющаяся в сети Интернет, но отличается она способами преподнесения потенциальному покупателю. *Интернет-реклама — реклама, размещаемая в сети Интернет; представление товаров, услуг или предприятия в сети Интернет, адресованное массовому клиенту и имеющее характер убеждения*[2].

Специалисты по SEO оптимизации с течением времени придумали много способов для того, чтобы повысить эффективность рекламы в Интернете. И на сегодняшний день существуют следующие основные виды рекламы:

Search Engine Optimization или поисковая оптимизация — это вывод сайтов в ТОП выдачи поисковых систем. Пользователи ищут товары или услуги, вводя ключевые слова в «Яндексе», Google или других системах, а затем выбирают из представленных результатов.

Контекстная реклама - показ объявлений, основанный на соответствии предмета рекламы содержанию страницы, на которой она размещена. Реклама в социальных сетях бывает двух видов: SMM-продвижение (создание страниц брендов, сообществ, публикации различных материалов, участие в дискуссиях и многом другом) и таргетированная реклама (объявления, которые показываются по заданным параметрам).

Медийная (баннерная) реклама заключается в размещении графических носителей на страницах сайтов. Как правило, баннеры устанавливают на сайтах с большой посещаемостью, чтобы охватить большую аудиторию. Продакт-плейсментом (англ. product placement) принято называть скрытую рекламу как бы в нейтральном контенте. Если говорить об интернет-рекламе, то данный способ чаще всего встречается в онлайн-играх.

Таким образом, на сегодняшний день у интернет-рекламы имеется очень много возможностей для того, чтобы занимать значимое место среди прочей рекламы. Большое количество просмотров, конкурирующая цена, по сравнению с другими видами реклам, интерактивность привлекают рекламодателей. Но это не так хорошо для пользователей сети Интернет.

Изучение данной проблемы побудило нас провести анкетирование студентов с целью изучения их отношения к рекламе и ее влияния на их жизнедеятельность. В статье мы не можем разместить все материалы по результатам исследования. Остановимся на характеристике отдельных из них.

Нас интересовало, сколько времени проводят студенты в Интернете и с какой частотой сталкиваются с рекламой в процессе работы.

По результатам анкетирования удалось выяснить, что из опрошенных студентов каждый знаком с сетью Интернет и ежедневно ее посещает.



Рис. 1 . Рейтинг самых посещаемых сайтов среди студентов

На вопрос, замечают ли респонденты рекламу в процессе работы на сайте мы получили следующие данные: 41 из 44 (93,2%) утвердительно ответили на поставленный вопрос. Можно сделать вывод, что Интернет-реклама действительно широко распространена, ее видит практически каждый. Но является ли она полезной? Результаты ответов на этот вопрос размещены в следующей диаграмме (рис. 2)

Рис. 2 . Измерение пользы Интернет-рекламы

Из диаграммы можно понять, что большинство опрошенных не считают рекламу в Интернете полезной. Напрашивается вывод, что показ рекламы, которая не приносит пользователю пользы, может раздражать молодых людей, которые в силу своего возраста очень эмоциональны.



Рис. 3 . Самые раздражающие параметры рекламы

Таблица 1.

Чувства, вызываемые Интернет-рекламой

Какие чувства у Вас Вызывает реклама?	В процентах	Количество проголосовавших
злость	9,1%	4
гнев	0,0%	0
безразличие	22,7%	10

напряжение	11,4%	5
раздражение	56,8%	25
паранойя	0,0%	0

Значительная часть опрошенных сказала, что их раздражает реклама. Нам стало интересно, как респонденты с ней борются:



Рис. 4 . Борьба с Интернет-рекламой

При этом все студенты, ответившие «да» на предыдущий вопрос, на следующий вопрос «каким образом Вы боретесь с рекламой в Интернете?» отвечали: «пользуюсь блокировщиками рекламы, например, adblock и другие».

Обобщая результаты целостного исследования, можно сделать вывод о том, что молодежь в последнее время больше подвержена влиянию Интернет-рекламы, так как много времени проводит в Интернете. Именно поэтому все негативное влияние такой рекламы распространяется в основном на эту возрастную категорию. Это и реклама недостойного содержания, и вирусы, и просто давление на психику навязыванием ненужного товара. Мы считаем, что эта проблема очень актуальна, ее стоит регулярно исследовать.

Библиографический список

1. Уэллс, Уильям Реклама: принципы и практика = Advertising: principles & practice. /У. Уэллс. — СПб.: Питер, 2001. — 736 с.
2. Словарь электронной коммерции Дата обращения: 04.04.2016 <http://www.webcitation.org/61Ce9ZMZq> -

РАЗДЕЛ V. ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ

*Алексеев Н.К.
Алексеева Е.М.
Литке С.Г.
г. Челябинск*

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ КИБЕРСПОРТСМЕНОВ

Актуальность: несколько лет назад киберспорт официально стал частью списка спортивных соревнований в мире. В странах Дальнего Востока, например, в Китае, уже открыты киберспортивные школы, обучающие основному образованию в первой половине дня и тренирующие по киберспорту во второй. Киберспортивные турниры проводятся во всём мире. На крупнейшие попадают самые сильные команды, которые борются за первое место с весьма солидной наградой. В нашей стране о киберспорте только начали говорить как о новом направлении спорта. До сих пор популярно мнение, что компьютерные игры отрицательно сказываются на физическом и психическом здоровье человека. Они как-то мешают учиться и работать, лишают возможности живого общения и превращают реальную жизнь в виртуальную.

Новизна: психологические исследования помогут проверить, каким образом киберспорт влияет на психологию подростков (наибольший процент киберспортивной аудитории). Появится возможность подтвердить или опровергнуть положительное влияние на развитие некоторых психических процессов (восприятие, внимание, воображение и т.д.). Возможность проверить лично-волевою сферу киберспортсмена, его видение реальности, взаимоотношение с окружающими. Психологические исследования помогут выявить динамику развития познавательных процессов, ответят на вопрос: действительно ли киберспорт с нравственной точки зрения влияет более негативным образом на подростков, чем, например, рукопашный бой, бокс, восточные виды единоборств.

Но в этой работе мы ставим целью анализ существующих данных относительно психологических особенностей личности киберспортсмена. Дальнейшие этапы нашей работы по заявленной тематике будут включать в себя психологические исследования личности киберспортсмена.

Особенности киберспорта и подготовки киберспортсменов

Изучив влияние компьютерного спорта на человека, взаимоотношение между компьютерными технологиями и киберспортсменом, а так же прикладное значение компьютерного спорта и его социальная значимость, мы выявили основные особенности киберспорта и подготовки киберспортсменов [1]:

1) Киберспорт являющийся, неотъемлемой частью информационных технологий, способствует развитию у человека знаний, умений и навыков в области информационных технологий. Киберспорт способствует развитию таких навыков и способностей как: планирование, анализ, интуиция, психическая устойчивость, координация, концентрация и т.д.

2) Общение между киберспортсменом и компьютерными технологиями происходит с помощью предметов и объектов, которые обладают собственными атрибутами. С помощью такой формы взаимоотношения, можно создавать игры-тренажеры, которые могут имитировать различные ситуации, тем самым развивать востребованные качества.

3) Соревновательная активность происходит не только на различных сетевых соревнованиях, но и в режиме онлайн, то есть через интернет, следовательно, заниматься киберспортом можно дистанционно, в любом месте, где есть интернет, это говорит об универсальности и мобильности данного вида спорта.

4) Одним из движущих факторов развития компьютерных технологий, являются компьютерные игры.

Мотивационные состояния киберспортсменов. Типология игроков.

Рассмотрев основные характеристики мотива, виды мотивов и мотивационные состояния по А. Маслоу, мы выявили особенности мотивации киберспортсменов, которые необходимо учитывать для подготовки киберспортсменов:

- Преобладающие мотивы у киберспортсменов: достижения, аффиляции, предметные, функциональные, осознанные, не осознанные.

- Развитие особенностей киберспорта, у киберспортсменов происходит по-разному и зависит от мотивационной потребности личности киберспортсмена.

Нами выделены 3 группы киберспортсменов, играющие, соревнующиеся и профессиональные киберспортсмены, для того, чтобы определить какие мотивы и мотивационные состояния движут этими группами с целью занятия киберспортивной деятельностью.

1 группа: Играющие: Самая многочисленная группа людей, которая относится к киберспорту с точки зрения, получения удовольствия от игры и не ориентированы на результат в данной деятельности, для них это один из видов досуговой деятельности. Этой группой людей движут мотивы: аффиляции, предметный, неосознанный и мотивационные состояния: интерес, влечение.

2 группа: Соревнующиеся киберспортсмены. Эта группа людей принимает участие на различных киберспортивных соревнованиях в свободное время. Ими движут мотивы: достижения, аффиляции, функциональный, осознанный и мотивационные состояния: интерес, стремление, желание.

3 группы: Профессиональные киберспортсмены. Немногочисленная часть группы людей занимающихся киберспортом, которая ориентирована на удовлетворение своих амбиций, желание, стремление быть лучшими, а так же на получение материальных благ, за свою деятельность, этими людьми в первую очередь движет социальный мотив достижения. Данная группа людей, ориентирована только на успех, для них данная деятельность рассматривается как работа, они много времени уделяют тренировкам. Этой группой людей движет мотив: достижения и мотивационные состояния: стремление, желание, установка.

Особенности эмоциональной сферы личности киберспортсменов

На Украине проводились психологические исследования эмоциональной сферы киберспортсменов[2]. В результате эмпирического исследования эмоциональной сферы личности киберспортсмена было обнаружено несколько тенденций эмоциональной сферы киберспортсменов. Эмоциональная сфера этих людей обладает тенденцией к эмоциональной устойчивости. Так же наблюдаются тенденции к сдержанности и высокому самоконтролю в основном благодаря социально-моральным аспектам деятельности.

Мы считаем, что все эти качества проявляются в связи адаптацией киберспортсменов к постоянному стрессу и эмоциональной нагрузке, испытываемой во время соревнований и практической деятельности. Данные качества развивают личность и пригодны не только в киберспорте, а так же в разных сферах людского бытия.

Библиографический список

1. Полежаев, Н.Ю. Киберспорт и психологические особенности киберспортсменов // II Региональная научно-практическая конференция студентов и молодых ученых

«Гуманитарные науки в современном обществе: педагогика, психология и социология», сборник материалов [Электронный ресурс]. — Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2011.

2. Ковалинский Е.П. Программа психологического сопровождения спортсменов, МОУ ДОД Центр развития творчества детей и юношества г. Нерюнгри, 2015г
3. Корнева Л.В. Психологический практикум (в 3 ч.), М., 2007
4. Максвелл Дж. 21 качество лидера, Минск, Попурри, 2004
5. Маслоу А. Мотивация и личность (3-е издание), СПб, Питер, 2010

*Артемьева И.В.
Василенко Е.А.
г. Челябинск*

К ПРОБЛЕМЕ МЕТОДОВ ДИАГНОСТИКИ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО СТРЕССА У СТУДЕНТОВ ВУЗОВ

Согласно данным психологической и медицинской литературы, студенты и школьники часто испытывают выраженный стресс в процессе обучения. Согласно теории канадского психолога Г. Селье стресс представляет собой неспецифическую реакцию организма на любое предъявленное ему требование, вызывающее необходимость перестройки жизнедеятельности организма [2, с. 22]. Г. Селье подчеркивал, что стресс является важнейшим механизмом адаптации, приносящим, в целом, положительный эффект.

Объектом изучения для нас стал экзаменационный стресс. Экзаменационный стресс связан с переживаниями тревоги и страха перед экзаменом, с представлениями о ситуации экзамена, о взаимодействии с экзаменатором, о возможности «провала», неполучения желаемой оценки, понижения или лишения стипендии, последующего объяснения с родителями. Ю.В. Щербатых полагает, что экзаменационный стресс занимает одно из первых мест среди причин, вызывающих психическое напряжение у студентов высшей школы. Очень часто экзамен становится психотравмирующим фактором, оказывающим негативное влияние на нервную, сердечно-сосудистую и иммунную системы студентов [3, с. 139].

Предметом настоящей работы является разработка методики для диагностики экзаменационного стресса у студентов, а именно – психологических реакций, входящих в состав экзаменационного стресса. Проблема эта встала в связи с тем, что имеющиеся в теории и практике психологии методы имеют серьезные недостатки.

Для изучения физиологических проявлений экзаменационного стресса используют психофизиологические методики (изучение частоты сердечных сокращений, артериального давления, анализ variability сердечного ритма и др.).

Для диагностики психологических проявлений экзаменационного стресса обычно используют опросники и анкеты. Рассмотрим эти методики более подробно.

Шкала ситуативной тревожности Спилбергера часто используется для изучения стресса студентов в обычной обстановке и перед экзаменами, но она не предназначена для изучения именно экзаменационного стресса или стресса, связанного с учебной деятельностью. Методика изучения учебного стресса Ю.В. Щербатых представляет собой анкету [4, с. 207]. Мы считаем, что анкеты не всегда показывают реальный уровень стресса у студента перед экзаменом. В момент заполнения анкеты, особенно перед экзаменом, у студента может быть нарушена способность оценивать себя правильно. Кроме того, экзаменационный стресс – это не только переживания перед самым моментом экзамена. Мы рассматриваем его как длительный процесс, связанный с представлениями о предстоящем экзамене, о себе и своих возможностях, о возможной неудаче. Многие студенты отмечают, что испытывают стресс перед экзаменами в течение всего семестра. Эти переживания

колеблются от сильного страха до некоторой надежды, и наоборот. Все эти переживания и колебания не могут быть отслежены с помощью анкет и опросников.

В связи с вышесказанным мы разработали методику, которая поможет не только изучать стресс у студента в течение нескольких дней перед экзаменом, но и проследить динамику состояния студента. Эта методика была создана на основе методики самонаблюдения, разработанной В.А. Абабковым и М. Перре для изучения семейного стресса [1, с. 134]. Методика представляет собой самонаблюдение, выполняемое по определенному стандарту – схеме, имеющей форму таблицы. В определенное время (утром, днем и вечером) студент оценивает свое психофизическое состояние, чувства, восприятие событий. Все результаты самонаблюдения он отмечает в предложенной ему таблице. Здесь же он анализирует причины своих чувств, их связь с предстоящим экзаменом. Кроме того, студент оценивает своё поведение, а именно: реакции на события и то, насколько ему удалось справиться со своими чувствами.

В ходе пилотажного исследования мы предложили вести такое самонаблюдение 28 студентам 2 курса Челябинского государственного педагогического университета. Сначала у них возникали трудности в наблюдении за своим состоянием и фиксации результатов. Однако в течение нескольких дней все они освоились с проведением наблюдения и заполнением таблицы. Работа продолжалась в течение 5 недель до начала зимней сессии и далее во время сессии.

Отметим, что предложенная нами методика гораздо более информативна, чем перечисленные выше опросники и анкеты. Кроме того, в отличие от вышеупомянутых методов, предлагаемая нами методика предполагает длительное самонаблюдение и поддерживает интерес благодаря ежедневным изменениям фиксируемой информации. Студенты, участвовавшие в апробации методики, отмечали, что работать с ней им было интересно, постепенно даже вошло в привычку.

Наряду со всеми «плюсами» данная методика, как и все другие, имеет и свои «минусы». К их числу можно отнести: необходимость длительной и ответственной работы с методикой для студента, и достаточно сложную процедуру проверки результатов для экспериментатора.

Библиографический список

1. Абабков, В.А. Адаптация к стрессу. Основы теории, диагностики, терапии [Текст] / В.А. Абабков, М. Перре. – СПб.: Речь, 2004. – 166 с.
2. Селье, Г. Стресс без дистресса [Текст] / Г. Селье; пер. с англ. А.Н. Лука и И.С. Хорола. – М.: Прогресс, 1982. – 128 с.
3. Щербатых, Ю.В. Вегетативные проявления экзаменационного стресса [Текст]: автореферат диссертации ... д-ра психологических наук / Ю.В. Щербатых. – СПб., 2001. – 32 с.
4. Щербатых, Ю.В. Психология стресса и методы коррекции [Текст] / Ю.В. Щербатых. — СПб.: Питер, 2006. – 256 с.

***Беляева Т.Н.
Коняева Е.А.
г. Челябинск***

АДАПТАЦИЯ СТУДЕНТОВ К УСЛОВИЯМ ОБУЧЕНИЯ В ВУЗЕ

В условиях перехода к рыночной экономике наблюдается тенденция ухудшения экономического положения студентов вузов, поэтому многие студенты с первых курсов вынуждены зарабатывать на жизнь, что, в свою очередь, ставит перед ними еще более сложные задачи и усложняет процесс адаптации. Причиной чего и становится плохая

учеба, пропуски занятий и несданная сессия, а возможно и исключение из вуза, как показатели дезадаптированности студента.

Становится очевидным, что далеко не все студенты, попадая в атмосферу вуза, способны и могут быстро адаптироваться к новым условиям. Косвенным свидетельством того что студент не адаптирован к вузовской среде является количество студентов, которые находятся в академических отпусках и обучаются повторно. По мнению Н.С.Глуханюк, в результате затянувшейся адаптации может также происходить снижение успеваемости студентов, возникновение различных личностных проблем, ухудшение здоровья [2].

Первый год обучения в большей степени решает задачу закладки фундамента для профессиональной подготовки в последующие годы студенческой жизни.

Студенческая жизнь начинается с первого курса, и поэтому оптимальная, успешная и эффективная адаптация первокурсников к жизни и учебе в вузе является залогом дальнейшего развития каждого студента как гражданина, человека и будущего специалиста. Этим определяется и исследовательский, и практический интерес к изучению разнообразных и противоречивых проблем адаптации первокурсников. К таким проблемам можно отнести:

- адаптированность в сфере социально-экономической активности, где студент приобретает навыки, умения и знания, добивается мастерства и компетенции;

- адаптированность в сфере личностных отношений, где устанавливаются эмоционально насыщенные связи с другими людьми, а для успешной адаптации требуются знание мотивов человеческого поведения, чувствительность, точного и тонкого отражения изменений взаимоотношений.

Ф.Б.Березин выделяет следующие стороны социальной адаптации студентов:

- профессиональную адаптацию, под которой подразумевают приспособление к содержанию, характеру, организации и условиям учебного процесса, выработка навыков самостоятельности в научной и учебной работе;

- социально-психологическую адаптацию, под которой принято принимать приспособление и взаимоотношение студента к группе, выработка собственного стиля поведения [1].

Вузовское обучение имеет ряд существенных отличий по сравнению со школьным, более того, некоторые школьные стереотипы учебной деятельности не подходят для вузовского обучения, а в некоторых случаях, являются для него препятствием. В этом случае проявляется известное в психологии явление интерференции, когда ранее усвоенные умения и навыки препятствуют успешному осуществлению последующей деятельности и требуют определенной перестройки.

Большая часть исследователей видят специфику адаптации человека в его способности сознательного и активного воздействия на окружение. Социальная адаптация является процессом интеграции индивида в новую социальную группу, она предполагает, что индивид примет групповые нормы, требования, стереотипы и стандарты.

Результатом осуществления личностного адаптационного потенциала при адаптации можно назвать адаптированность – определенное состояние личности, выступающее итогом процесса адаптации.

Обеспечить достижение какого-либо уровня адаптированности позволяют стратегии адаптивного поведения, выбирая которые человек, взаимодействуя с окружающей средой, достигает поставленного уровня или нет.

Каждый преподаватель вуза знает из собственного опыта о том, что работать и общаться с первокурсниками можно лишь при наличии некоторых отличительных особенностей, это обусловлено психофизиологическими особенностями возраста, социальными факторами. К ним можно отнести:

- социологический блок, который включает в себя возраст и социальное происхождение студента, а также тип законченного им образовательного учреждения;

- психологический блок, который включает индивидуально-психологические и социально-психологические факторы – направленность, положение в группе, интеллект и личностный адаптационный потенциал;

- педагогический блок, который включает уровень педагогического мастерства, организацию среды и материально-техническую базу.

Учитывая многофакторность адаптации студентов к новой среде вуза, стоит сказать о роли педагогического управления данным процессом. Для этого привлекается педагогический состав и кураторы курсов [3].

Для успешной адаптации необходимым является проявление активной позиции, которая должна быть не только у преподавателя, но и у студента, то есть должна быть совместная деятельность. Уровень представления студента о профессии непосредственно соотносится с уровнем его отношения к учебе, чем меньше студент знает о профессии, тем ниже у него положительное отношение к учебе.

Таким образом, содержание процесса адаптации студентов первого курса можно определить как: новое отношение к профессии; освоение новых учебных норм, оценок, способов и приемов самостоятельной работы и других требований; приспособление к новому типу учебного коллектива, его обычаям и традициям; обучение новым видам научной деятельности, научно-исследовательской работы студентов; приспособление к новым условиям быта в студенческих общежитиях, новым образцам студенческой культуры, новым формам использования свободного времени.

Библиографический список

1. Березин, Ф.Б. Психическая и психофизиологическая адаптация человека [Текст] / Ф.Б.Березин. – СПб.: Речь, 2005. – 398с.

2. Глуханюк, Н.С. Психологическое сопровождение как условие модернизации современного российского образования [Текст] / Н.С.Глуханюк// Психологическое сопровождение личности в педагогическом процессе: Сб. научн. трудов.ч. 1. – Курган: КГУ, 2002. – С.7-8.

3. Просецкий, П.А. Психологические особенности адаптации студентов нового приёма к условиям обучения в вузе [Текст] / П.А.Просецкий. – М: Минск: Слово, 2006. – 128с.

Васильева Е.В.

Ткаченко Е.Ю.

Коняева Е.А.

г. Челябинск

РОЛЬ СЕМЬИ В ФОРМИРОВАНИИ ЛИЧНОСТИ РЕБЕНКА

Развитие и формирование личности человека – это сложный, комплексный, многомерный процесс, осуществляемый различными общественными институтами. Но наиболее важным из них является семья, так как, ни один из институтов воспитания по длительности своего воздействия на человека не может сравниться с семьей.

Семья – это основанная на браке или кровном родстве малая группа, члены которой связаны общностью быта, взаимной помощью, моральной правовой ответственностью. В жизни каждого человека семья занимает особое место. В семье ребенок с первых лет своей жизни усваивает различные ценности, нормы общения, нормы человеческих отношений, впитывая и добро, и зло. В семье регулируются отношения ребенка к окружающему, в семье он получает опыт нравственности, моральных норм поведения. То, что ребенок в детские годы приобретает в семье, он сохраняет в течение всей последующей жизни и в будущем реализует в своей семье [1].

Семьи бывают совершенно разными. В зависимости от состава семьи, от отношений в семье друг к другу и вообще к окружающим людям, человек смотрит на мир

положительно или отрицательно, формирует свои взгляды, строит свои отношения с окружающими. Поэтому влияние семьи как фактора воспитания может быть не только положительным, но и отрицательным. Примером отрицательного влияния могут быть различные психологические травмы и связанными с ними разнообразными личностными расстройствами: неврозы, психосоматические заболевания, отклонения в поведении. В семье формируется отношение ребенка к самому себе и окружающим людям. В ней происходит первичная социализация личности, осваиваются первые социальные роли, закладываются основные ценности жизни. Родители естественным образом оказывают влияние на своих детей: через механизмы подражания, идентификации и интериоризации образцов родительского поведения. Уникальным катализатором семейного воспитания являются родственные чувства [5].

Являясь социальным институтом, семья реализует конкретные функции (репродуктивная, хозяйственно-экономическая, коммуникативная, функция организованного досуга, воспитательная), важнейшей из которых является воспитательная функция.

Воспитание – это навыки поведения, привитые семьей, школой, средой и проявляющиеся в общественной жизни [3]. Воспитание является достаточно сложным процессом, ведь в нем взаимно влияют друг на друга и те, кто воспитывает, и те, кого воспитывают. Основой воспитания является не только педагогическое искусство или какая-то особая премудрость. Основой воспитания является взаимное доверие, симпатия, любовь воспитателя и воспитуемого.

В каждой семье обычно складывается определенная система воспитания. Обычно исследователи выделяют четыре тактики воспитания в семье и отвечающие им четыре типа семейных взаимоотношений. Рассмотрим их более подробно.

Первый тип – диктат в семье. Проявляется в систематическом подавлении одними членами семейства (преимущественно взрослыми) инициативы и чувства собственного достоинства у других его членов.

Родители, разумеется, могут и должны предъявлять требования к своему ребенку, исходя из целей воспитания, норм морали, конкретных ситуаций, в которых необходимо принимать педагогически и нравственно оправданные решения. Однако те из них, которые предпочитают всем видам воздействия приказ и насилие, сталкиваются с сопротивлением ребенка, который отвечает на нажим, принуждение, угрозы своими контрмерами: лицемерием, обманом, вспышками грубости, а иногда откровенной ненавистью. Но даже если сопротивление оказывается сломленным, вместе с ним оказываются сломленными и многие ценные качества личности: самостоятельность, чувство собственного достоинства, инициативность, вера в себя и в свои возможности. Безоглядная авторитарность родителей, игнорирование интересов и мнений ребенка, систематическое лишение его права голоса при решении вопросов, к нему относящихся, – все это гарантия серьезных неудач формирования его личности.

Второй тип – опека в семье. Является системой отношений, при которых родители, обеспечивая своим трудом удовлетворение всех потребностей ребенка, ограждают его от каких-либо забот, усилий и трудностей, принимая их на себя. Вопрос об активном формировании личности отходит на второй план. В центре воспитательных воздействий оказывается другая проблема – удовлетворение потребностей ребенка и ограждение его от трудностей. Родители, по сути, блокируют процесс серьезной подготовки их детей к столкновению с реальностью за порогом родного дома. Именно эти дети чаще оказываются неприспособленными к жизни в коллективе. По данным психологических наблюдений подростки из этой категории наиболее подвержены срывам в переходном возрасте. Как раз эти дети, которым, казалось бы, не на что жаловаться, начинают восставать против чрезмерной родительской опеки. Если диктат предполагает насилие, приказ, жесткий авторитаризм, то опека – заботу, ограждение от трудностей. Однако результат во многом совпадает: у детей отсутствует самостоятельность, инициатива, они так или иначе отстранены от решения вопросов, лично их касающихся, а тем более общих проблем семьи.

Третий тип – система межличностных отношений в семье, строящаяся на признании возможности и даже целесообразности независимого существования взрослых от детей, может порождаться тактикой «невмешательства». При этом предполагается, что могут сосуществовать два мира: взрослые и дети, и ни тем, ни другим не следует переходить намеченную таким образом линию. Чаще всего в основе этого типа взаимоотношений лежит пассивность родителей как воспитателей.

Четвертый тип – сотрудничество. Как тип взаимоотношений в семье предполагает опосредованность межличностных отношений в семье общими целями и задачами совместной деятельности, ее организацией и высокими нравственными ценностями. Именно в этой ситуации преодолевается эгоистический индивидуализм ребенка. Семья, где ведущим типом взаимоотношений является сотрудничество, обретает особое качество, становится группой высокого уровня развития – коллективом [2].

Таким образом, семья – это самая важная среда формирования личности и институт воспитания. Существуют, конечно, и другие факторы, влияющие на развитие и становление личности – среда обитания, среда обучения, среда отдыха. Но семья несет главенствующую в этом функцию. Все хорошее и все плохое человек получает из семьи.

Основные задачи семьи состоят в том, чтобы: создать максимальные условия для роста и развития ребёнка; обеспечить социально-экономическую и психологическую защиту ребёнка; передать опыт создания и сохранения семьи, воспитания в ней детей и отношения к старшим; научить детей полезным навыкам и умениям, направленным на самообслуживание и помощь близким; воспитать чувство собственного достоинства.

Воспитательный процесс происходит каждую секунду. Всегда вспоминайте слова А.С. Макаренко «Ваше собственное поведение – самая решающая вещь» [3]. Ребенок – это чистый лист бумаги, готовый к заполнению. Ребенок ежесекундно смотрит на вас, впитывает в себя ту информацию, которую вы даете своим поведением. Важно все – ваша речь, манеры, ваш стиль в одежде, способы общения с незнакомыми людьми, с друзьями, врагами, и конечно их наличие вообще. Иногда противоречия между детьми и родителями ярко выражены, иногда им не придаётся большого значения. Часто мы сталкиваемся с одной и той же проблемой: читаем детям нотации о том, как надо себя вести, даём им полезные советы, предостерегаем от ошибок, а в итоге получаем противоположные результаты. В чём же здесь причина? Может быть, дело в том, что наши поступки не всегда соответствуют тому, о чём мы говорим? Дети – наши постоянные свидетели. Они видят наши срывы, как бы мы ни старались их скрыть.

Итак, какие же выводы можно сделать?

1. Строить отношения с детьми на основе сотрудничества и взаимопонимания.
2. Не скупиться на ласку, внимание и сочувствие.
3. Не применять к детям физических мер воздействия. Бить детей – это не педагогический приём, он не принесёт положительных результатов в воспитании.

Библиографический список

1. Алексеева, Л.С., Плотник, М.М., Спиваковская, А.С., Ширинский, В.И. Влияние внутрисемейных отношений на формирование личности ребенка. Вып. 1. [Текст] / Л.С.Алексеева, М.М.Плотник, А.С.Спиваковская, В.И.Ширинский. – М.: ЦБКТИ Минсоцзащиты населения Российской Федерации, 1995. – 40 с.
2. Введение в психологию [Текст] / Под ред. А.В. Петровского. – М.: Академия, 1996 – 496 с.
3. Макаренко, А.С. Общение с трудными детьми [Текст] / А.С. Макаренко. – Москва: АСТ, 2015 – 320 с.
4. Ожегов, С. И., Шведова, Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / [Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова](#). – 4-е изд., дополненное. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.

5. Педагогические системы воспитания детей с речевыми нарушениями : учеб. пособие [Текст] / авт.-сост. И. А. Малашихина, Е. А. Селюкова, О. Н. Артеменко ; Федеральное агентство по образованию, Ставроп. гос. ун-т. – Ставрополь : Изд-во СГУ, 2009. – 149 с.

*Дадонова Е.М.
Борисенко Я.М.
г. Челябинск*

УПРАВЛЕНИЕ СТРЕССОМ

Мини-стрессы врываются в нашу повседневную жизнь со звонком будильника и сопровождают нас в течение дня вместе с заторами на дорогах, оторвавшейся пуговицей, плохим сервисом в магазинах и ресторанах, скверным характером соседа по лестничной площадке, сбоями на работе или проблемами в семье... Также причинами стресса могут стать глобальные факторы: постоянно нарастающий темп жизни, политическая и экономическая нестабильность в стране, высокий уровень инфляции, падение курса валют и т.п. В общем, выходит, стресс является неотъемлемой частью жизни и наша задача – если не предотвратить, то, по крайней мере, минимизировать его влияние на организм.

В то же время, стресс для современного сотрудника преуспевающей компании – одна из форм неизбежной расплаты за продвижение вверх по карьерной лестнице, ведущей к власти, влиянию и благополучию. Чем выше поднимается по ней человек, тем больший груз ответственности давит на плечи, тем больше решений приходится принимать быстро и самостоятельно, тем большим количеством подчиненных приходится управлять, тем больше фактов и явлений он должен держать под контролем.

Амплитуда последствий стресса может быть самой разной – от снижения эффективности труда, создания нездоровой обстановки в коллективе до серьезных нарушений здоровья и ощущения полной безысходности и апатии.

Но на самом деле стресс – это сложное, неоднозначное явление, и говорить только о его негативных последствиях будет некорректно.

Помимо отрицательных эмоций, стрессовые ситуации могут стимулировать нашу активность, побуждать к действиям, вносить в жизнь остроту ощущений, спасая от рутины и будничности. Жизнь, лишенная эмоциональных встрясок, кажется, превратилась бы в некое существование – ни желаний, ни интересов, ни действий. Кроме того, стресс способен быстро поднять производительность труда и мобилизовать скрытые ресурсы организма.

Однако ставить целью привлечение стресса в нашу жизнь искусственным путем явно нелогично, поскольку будни большинства из нас и так переполнены стрессовыми ситуациями.

При этом, изменив свое отношение к стрессу как к таковому, мы заставим его работать на нас. Научившись управлять стрессом, мы сможем выходить из стрессового состояния, получая при этом положительный результат в виде личного и профессионального роста, опыта и уроков, которые нас развивают и укрепляют.

Согласно большинству теорий возникновения стресса, его источник находится не во внешней среде, а в сознании самого человека.

Распознавать причины возникновения стресса, научиться предупреждать его появление или управлять уже возникшим деструктивным состоянием, извлекая при этом максимальную пользу, можно используя один из инструментов стресс-менеджмента – эмоциональную компетентность (EQ)*.

В случае, когда профилактика уже бесполезна, и стресс застал Вас врасплох, первым шагом к управлению стрессом станет выявление его симптомов: интеллектуальных, эмоциональных, физиологических и/или поведенческих.

Еще древние философы говорили о том, что мы реагируем не на события как таковые, а на то, что мы о них думаем, сюда же можно отнести и стрессовые реакции. Когда мы испытываем страх, неприязнь, злобу, агрессию, раздражительность или чрезмерное возбуждение, ни одна из стратегий поведения в стрессе не принесет ожидаемого эффекта.

Для начала необходимо научиться устранять непродуктивные состояния по факту их возникновения

Суть управления стрессом лежит не в том, чтобы полностью вычеркнуть стресс из нашей жизни. Истинной причиной стресса являются не люди, не разочарования, не ошибки и несбывшиеся мечты, а наше отношение ко всему этому. А то, что происходит внутри нас, подвластно управлению.

Следовательно, если источник тревоги таится в наших собственных мыслях и переживаниях, то наилучшим путем избавления от стресса является как минимум, во-первых, позитивное мышление, во-вторых, умение управлять своими эмоциями, в-третьих, умение изменять свое отношение к тем или иным событиям, расценивая их как полезный опыт на пути к успеху.

Библиографический список

1. Дмитриева, Н. Б. Психология здоровья личности :учебное пособие для студентов [Текст] / Н. Б. Дмитриева. – ТГГПУ.: Казань, 2010. – 42с.
2. Жданова, О. Н. Стресс-менеджмент на рабочем месте [Текст] / О. Н. Жданова // Журнал «Альманах современной науки и образования». – 2009.- №(22). – 62с.
3. Шингаев, С. М. Управление стрессом в организации [Текст] / С. М. Шингаев // Научно-теоретический журнал «Ученые записки». – 2008. - № 7(41). – 110с.

***Дрёмина А. К.
Савченков А.В.
г. Челябинск***

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СТУДЕНТОВ

На сегодняшний день обучение в высшем учебном заведении для современной молодежи представляет собой один из важнейших этапов профессионального становления. Это говорит о несомненной важности такой проблемы, как эмоциональная устойчивость студента. Ведь сложные и напряженные условия встречаются в любом виде деятельности, и учебная деятельность - не исключение.

Вопросами эмоциональной устойчивости личности очень широко занимались такие ученые, как Л.М.Аболин, А.В.Алексеев, М.И.Дьяченко и другие. Несмотря на то, что эмоциональная устойчивость является основной составляющей эмоционально-волевой подготовленности студента, регулирующая функция эмоций продолжает оставаться вне поля зрения многих исследователей, занимающихся этой проблемой.

Роль эмоций и их влияние на познавательную деятельность обуславливает значение эмоциональной устойчивости в учебном процессе студентов.

Что же такое эмоциональная устойчивость? На мой взгляд, это свойство психики, которое выражается в способности преодолевать состояние сильного эмоционального возбуждения при выполнении трудной деятельности, способность поддержания профессиональной эффективности в условиях воздействия эмоциональных факторов. Аристотель рассматривал эмоции, как связывающее звено в процессе познания, и как мотивирующее основание. Одна из особенностей эмоций заключается в том, что они не только регулируют деятельность, но и «разрушают» ее т.е становятся причиной возникновения проблемы эмоциональной устойчивости .

Именно эмоции являются основным регулятором действий человека. Эмоции – это переживания конкретного человека, связанные с удовлетворением или неудовлетворением его интересов. Эмоции не только непосредственно переживаются человеком, но и становятся объектом его сознания. Эмоциональная устойчивость должна сочетаться с гибким управлением эмоциональным состоянием – способностью человека создавать произвольно нужное настроение, изменять уровень эмоционального возбуждения.

Развитие неблагоприятных эмоциональных состояний препятствует качественному выполнению деятельности с заданным результатом и, при определенных условиях, может потребовать от студента прекращения деятельности для восстановления требуемых ресурсов. Большое количество негативных эмоций ведет к дезорганизации психической деятельности, истощению психических ресурсов личности, что может привести к замене профессиональной цели, поиску новой профессиональной среды, способов достижения цели. Кроме того, повторяющиеся неблагоприятные эмоциональные состояния приводят к закреплению отрицательных личностных качеств, таких как раздражительность, агрессивность, тревожность, пессимизм и др. Характерно, что многие из студентов не знают, как предотвратить и снять эмоциональную напряженность, и указывают на неудовлетворительное состояние психологической подготовки к деятельности в напряженных условиях в период обучения в ВУЗе.

Главная задача педагога состоит в необходимости познакомить студентов со знаниями возрастных особенностей эмоциональной сферы, знаниями средств коррекции неустойчивого эмоционального поведения, знаниями собственных личностных черт, затрудняющих процесс формирования эмоциональной устойчивости, умениями проявлять себя в ситуации конфликта, умениями эмоциональной регуляции; отношением к себе, отношением к пренебрежению собственными интересами ради чужих интересов, отношением к компромиссам, умениями анализировать собственное эмоциональное состояние, отношением к сотрудничеству.

Существуют такие люди, которые при всех своих невзгодах, могут найти решение любой проблемы, даже из той из которой, казалось бы, нет выхода. О них говорят, что они эмоционально устойчивы. Что же это такое – эмоциональная устойчивость. Это способность людей не вешать нос даже в самые тяжелые дни в своей жизни. Несмотря на все невзгоды, эмоционально устойчивые личности держатся на высоте по жизни, на работе и во взаимоотношениях с людьми. Преодолевая все новые трудности, они становятся все сильнее и устойчивее к следующим ударам судьбы. Это не значит, что эмоционально устойчивые личности перестают испытывать боль. Они просто не паникуют, а рассуждают здраво. Наша эмоциональная устойчивость растет с каждым пережитым негативным моментом. Эмоциональная устойчивость способна адаптироваться и быстро восстанавливаться от каждого удара судьбы, будь то травма, болезнь, потеря, несчастный случай и т.д. Это позволяет формировать нашу волю и характер. Порог эмоциональной устойчивости у всех разный. Одни просто сядут и распустият нюни, а другие попытаются найти решение проблемы. Хотя один и тот же эмоционально устойчивый человек может повести себя по-разному в разных жизненных ситуациях. Все зависит от опыта, который к нам приходит со временем. У каждой эмоционально устойчивой личности свой жизненный опыт. Вот поэтому и эмоциональная устойчивость у каждого своя. Эмоционально устойчивый человек не лишен способности испытывать боль, он просто может контролировать свои эмоции и быстро восстанавливаться. Эмоциональная устойчивость растет с каждым годом, по мере пережитых моментов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что действительно важно понимать, как взаимодействовать преподавателю со студентом, где найти эту тонкую грань между дружеским наставлением и подавляющей критикой, и как её не переступить. Только тогда можно добиться эмоционального равновесия, уловить некий психический баланс, как в отношении студента, так и в отношении преподавателя.

Библиографический список

1. Савченков А.В. Проблема эмоциональной устойчивости слушателей курсов повышения квалификации и ее влияние на их социокультурное самоопределение / А.В. Савченков / Социум и власть. - Челябинск: ОАО «Челябинский Дом печати». - 2014. - № 6(50). - С. 111 - 116.
2. Савченков, А.В. Влияние уровня развития эмоциональной устойчивости на самоопределение выпускников учреждений среднего профессионального образования / А.В. Савченков / Вектор науки Тольяттинского государственного университета / Серия «Педагогика, психология». – г. Тольятти: изд-во "Тольяттинского государственного университета"– 2012. - №9. – С. 266 – 268.
3. Аболин, Л.М., Психологические механизмы эмоциональной устойчивости человека. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 1987. – 261 с.
4. Афанасьев, В.В. Методологические основы оптимального управления самостоятельной работой учащегося / В.В. Афанасьев, И.В. Афанасьева // Деп. В НИИВО. 30.10.97, № 155-97. – 13 с.

***Горбачёв С.В.
Криулина А.А.
г. Курск***

УПРАВЛЕНИЕ ВРЕМЕНЕМ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ СПО КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В современных учреждениях СПО происходят существенные изменения в профессиональной деятельности, связанные с введением новых учебных планов и программ. Следствием этого является увеличение числа и объема задач, возникающих перед руководством, необходимость находить резервы времени для реализации проектов, обеспечивающих непрерывное развитие учреждения СПО. Учреждения СПО иногда работают в режиме цейтнота, когда и руководителям, и педагогам часто не хватает времени не только на отдых, но и на труд. В связи с этим сегодня некоторые педагогические работники, владеющие на высоком уровне спецификой и содержанием профессии, имеющие большой опыт и стаж, не дают существенных результатов в воспитательно-образовательной работе. Таким образом возникает проблема повышения эффективности их профессиональной деятельности путем обучения способам управления временем. Неумение планировать свой рабочий день, грамотно и рационально подходить к распределению временных затрат приводит к многочисленным профессиональным стрессам у педагогических работников.

Анализ научных источников показал, что не существует работ, в которых бы специально анализировались проблемы управления временем (тайм-менеджмента) в учреждениях СПО. В то же время существуют работы, выполненные разными исследователями в образовательных учреждениях другого типа. Под тайм-менеджментом понимается эффективное планирование рабочего времени для достижения целей, нахождения временных ресурсов, расстановки приоритетов и контроля выполнения запланированного [Райзберг, 2007].

Так О.Н. Белова указывает на важность внедрения методов тайм-менеджмента в ДОУ для адаптации педагогов к современному ритму работы. Современный руководитель ДОУ стремится, чтобы педагоги обладали культурой профессиональной деятельности, способностями к самопознанию, саморазвитию и самореализации, умели передавать обучающимся не только знания, умения и навыки, но и способы деятельности [Белова, 2011]. С аналогичными проблемами сталкиваются и педагоги учреждений СПО.

В.В. Шаламов, подчеркивая важность умения управлять временем, отмечает, что оно подразумевает правильное планирование своей деятельности, управление своими

долгосрочными и краткосрочными задачами и делами, расстановку приоритетов, постановку перед собой целей и поэтапное их достижение, распределение своей рабочей и учебной нагрузки, нахождение времени для работы и отдыха. По мнению автора, чем раньше освоен навык эффективного управления временем, тем успешнее будет педагог в своей профессиональной деятельности [Шаламов, 2000].

Т.Н. Козловская приводит перечень составляющих управления временем для студентов университета и указывает на важность его этапности: информация и коммуникация, постановка целей (анализ и формирование целей), планирование (составление планов и выбор альтернатив своей деятельности), принятие решений (по запланированным делам), реализация и организация (составление распорядка дня и организация личного трудового процесса для осуществления поставленных задач), контроль (самоконтроль и контроль итогов) [Козловская, 2005].

Важность управления временем педагогическими работниками не вызывает сомнений, однако на сегодняшний день большинство из них не владеет этой технологией. Отсутствие теоретических знаний и практических навыков управления временем у педагогических работников должно побуждать руководителей учреждений СПО находить пути решения этой проблемы, т.е. руководителям учреждений СПО необходимо самим владеть технологиями управления временем и, опираясь на них, вооружать педагогических работников знаниями и навыками повышения эффективности своей деятельности.

Это довольно сложно, поскольку управление временем работников руководителем учреждения СПО не может и не должно сводиться к тому, чтобы заставить их экономить собственное время и тем самым повысить их производительность труда. По мнению Ю.Е. Соловьевой организация управления временем педагогических работников адаптивной школы должна начинаться «сверху», т.е. задаваться руководителем в виде постепенного внедрения управления проектами, корпоративной информационной системы, системы менеджмента качества, для чего необходимо уделить особое внимание правилам внутреннего трудового распорядка, трудовым договорам, расчету объема образовательной нагрузки, организации рабочего пространства педагогических работников, расстановке приоритетов при обилии работ с документацией [Соловьева, 2013].

Обобщая опыт изложенных в статье исследований, можно с определенной долей уверенности предположить, что найденные в разных образовательных учреждениях особенности решения проблем управления временем найдут применение и в учреждениях СПО. Внедрение руководством системы управления временем в учреждении послужит фактором повышения эффективности профессиональной деятельности, поскольку обеспечит педагогам возможность анализировать свое время для его рационального использования, формулировать и ставить перед собой краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные цели, четко планировать деятельность, быстро и грамотно принимать решения и эффективно выполнять их, осуществлять самоконтроль и контроль результатов своей деятельности. При этом важно, чтобы руководитель сам владел технологией управления временем.

Правильная организация управления временем в образовательных учреждениях повышает эффективность работы, способствует стабильности педагогического состава, что важно для качества воспитательно-образовательного процесса. Грамотно организованное управление временем позволит также педагогам выполнять работу с меньшими затратами в лучших условиях с более качественными результатами, избегать спешки и стрессовых ситуаций, получать большую удовлетворенность от работы, что в результате способствует повышению мотивации труда, росту квалификации, уменьшению загруженности, снижению числа ошибок при выполнении профессиональных обязанностей, достижению целей более коротким путем. На наш взгляд, это направлено на повышение функционального комфорта педагогических работников. Согласно Л.Д. Чайновой, функциональный комфорт достигается сочетанием высокого уровня успешной деятельности с ее низкими нервно-психическими затратами [Чайнова, Кашкина, Лидова, 2002].

Библиографический список

1. Белова О.Н. Тайм-менеджмент в ДОУ как способ повышения адаптивности и эффективности работы молодых специалистов. – 2011. – 18с. [Электронный ресурс] Режим доступа <http://nsportal.ru/detskiy-sad/upravlenie-dou/2011/10/15/taym-menedzhment-v-dou-kak-sposob-povysheniya-adaptivnosti-i>.
2. Козловская Т.Н. Самоорганизация времени как фактор формирования «образа будущего» студента университета: Автореф. дисс. ... канд. пед. наук. – Оренбург, 2005. – 18с.
3. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Под ред. Б.А. Райзберга, Л.Ш. Лозовского, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 448 с.
4. Соловьева Ю.Е. Использование приемов технологии тайм-менеджмента для повышения эффективности работы завуча адаптивной школы. – 2013 [Электронный ресурс] Режим доступа <http://www.slideshare.net/ssusereb09e5/ss-14107155>.
5. Чайнова Л.Д., Кашкина Т.К., Лидова В.Б. Организационная культура и предметно-пространственная среда в сфере управления // Проблемы психологии и эргономики. – 2002. – № 2. – С. 73 – 80.
6. Шаламов В.В. Организация самостоятельной работы в образовательных учреждениях // Историческая наука и историческое образование на рубеже XX–XXI столетий. Четвертые всероссийские историко-педагогические чтения. – Екатеринбург: УрГПУ, Банк культурной информации, 2000. С. 18– 19.

*Горобец А.А.
г. Челябинск*

РАЗВИТИЕ АДЕКВАТНОЙ САМООЦЕНКИ ПОДРОСТКОВ

Многие авторы обращают внимание на формирование самооценки в подростковом возрасте и на факторы, которые способствуют ее становлению. Среди исследователей этой проблемы Бороздина Л.В., Захарова А.В., Стужин А.Г., Реан А.А., Божович Л.И., Кон И.С., Липкина А.И., Соколова Е.А. и др.

Согласно исследованиям И.В. Дубровиной, «Веским, характерным, особенно для подростка, является в этом возрасте изменение отношения к самому себе, окрашивающее все его действия и поэтому впряженное достаточно заметно в большинстве случаев, хотя иногда и замаскировано, однако не уничтожает его действенной роли» [1].

Проблема возникновения и развития самооценки – одна из центральных проблем становления личности ребёнка [2]. Истоки умения оценивать себя закладываются в раннем детстве, а развитие и совершенствование его происходит в течение всей жизни человека [3].

Самооценка оказывает существенное влияние на эффективность деятельности и формирование личности на всех этапах развития. Адекватная самооценка придает человеку уверенность в себе, позволяет успешно ставить и достигать целей в учёбе, карьере, творчестве, так же прививает такие полезные качества как: инициативность, предприимчивость, способность адаптации к условиям различных социумов. Человек с низкой личностной самооценкой, как правило, менее успешен, робок и нерешителен.

По определению психолога В.В. Столина, самооценка это «сознание собственной идентичности независимо от меняющихся условий среды». Самооценка представляет собой особую степень развития самосознания, предпосылкой которой является осознание человеком самого себя, своих физических сил, умственных способностей, поступков, мотивов и целей своего поведения, своего отношения к окружающему, к другим людям и к самому себе. Самооценка включает в себя не только осознание собственных умений, поступков, но и оценочное отношение к ним [2].

Структура самооценки представлена двумя компонентами - когнитивным и эмоциональным. Первый отражает знание человека о себе, второй – его отношение к себе

как меру удовлетворённости собой. В деятельности самооценивания эти компоненты функционируют в неразрывном единстве. Основу когнитивного компонента самооценки составляют операции сравнения себя с другими людьми, сопоставление своих качеств с выработанными эталонами.

Самооценка функционирует в двух взаимосвязанных формах – общей и частные (порциальной, локальной). Частные самооценки отражают оценки субъектом своих конкретных проявлений: качеств, поступков, действий, отношений, способностей, возможностей. Общие самооценки – отражают оценку конкретных психических и физических качеств [3].

Подростки с адекватной самооценкой имеют более высокий уровень успеваемости, у них нет резких скачков, наблюдается более высокий общественный и личный статус. Такие подростки имеют большое поле интересов, активность их направлена на различные виды деятельности, а не на межличностные контакты, которые умеренны и целесообразны, направлены на познание других и себя в процессе общения [4, 124].

В целях получения достоверной информации об уровне самооценки подростков, нами было проведено исследование в январе 2016 года в МАОУ СОШ № 25 с углубленным изучением английского языка г. Златоуста. В качестве экспериментальной группы были выбраны учащиеся 8 «А» в количестве 19 человек (6 мальчиков и 13 девочек) и учащиеся 11 «Б» в количестве 14 человек (9 девочек и 5 мальчиков). В ходе исследования был использован тест С.В. Ковалёва.

В результате проведения теста, нами было установлено, что в указанных группах подростки имеют различный уровень самооценки. В 8 «А» классе: 3 из подростков, что составляет 16%, имеют высокий уровень самооценки; 5 подростков (26%) – средний уровень самооценки; 11 подростков (58%) – низкий уровень самооценки. Ситуация в 11 «Б» классе такова: 5 человек (36%) имеют средний уровень самооценки и 9 человек (64%) имеют низкий уровень самооценки. Таким образом, в результате исследования было выявлено, что количество учеников с низким уровнем самооценки преобладает, а в старших классах и вовсе не наблюдается высокий уровень самооценки у учеников.

Исходя из результата исследования, развитие адекватной самооценки подростка является одной из важных задач в данный возрастной период. Для формирования адекватной самооценки учеников, были разработаны следующие методические рекомендации для педагогов. Не снижать оценки за дисциплину, так как оценка должна соответствовать действительным знаниям; не менее важен педагогический такт – уважение личности подростка и вера в его возможности; самооценка подростка во многом определяется уровнем интеллектуального развития, поэтому важно расширять кругозор подростков, воспитывать в них любопытство и жажду знаний.

Библиографический список

1. Дубровина И.В., Лисина М.И. Возрастные особенности психического развития детей.- Москва, 1982. – 420 с.
2. Савонько Е.И. Оценка и самооценка как мотивы поведения школьников разного возраста // Вопросы психологии. – Москва, 1969.– 107 с.
3. Захарова А.В. Психология формирования самооценки. – Минск, 1993. – 100 с.
4. Елисеев, О.П. Практикум по психологии личности/ О.П. Елисеев.- СПб., 2000. – 554 с.

***Загнойко В.
Литке С.Г.
г. Челябинск***

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СПОРТСМЕНА-КОНЬКОБЕЖЦА

Спортсмен – это человек, систематически занимающееся спортом и владеющий его высокими достижениями (С.И. Ожегов), так же это лицо, выступающее на спортивных соревнованиях, или тот, кто профессионально занимается спортом (Д.Н. Ушаков).

Личность – продукт социально-исторического развития и собственной деятельности человека. Она обладает сознанием и системой социальных качеств, выполняет определенные функции в обществе. В спорте, как и в других видах деятельности человека, большое значение имеет индивидуальность. Достижение успеха возможно лишь при правильном учете индивидуальных особенностей личности спортсмена и при формировании на этой основе специфического технико-тактического стиля его деятельности. Лишь зная индивидуальные особенности личности спортсмена, можно наиболее полно развить и эффективно использовать его возможности. Личность характеризуется определенной системностью, единством и устойчивостью своих качеств.[2]

Личность с точки зрения интегративной психологии – это сложная открытая, многокомпонентная система, способная поддерживать гомеостаз, целесообразное взаимодействие со средой, способная к адаптации, саморазвитию и генерированию новых подструктур.[1]

В современном мире проблема изучения психологических особенностей спортсменов особенно актуальна: во-первых, современный спортсмен – это профессионал, то есть от его результатов спортивной деятельности зависит уровень его финансово-материального благополучия, во-вторых современный спортсмен – это гражданин страны, член спортивного общества, соответственно, уровень качества его спортивных достижений, его победа – это не только его личные достижения, это престиж страны, которую он представляет. Имея статус спортсмена, у Человека повышается личностная ответственность, возрастает степень осознанности, что приводит к значительным психологическим различиям между спортсменами, любителями спорта и людьми, которые не занимаются физкультурой и спортом. Наше исследование предполагает два этапа. На первом этапе наша задача провести исследование личности спортсменов-конькобежцев, на втором этапе - сделать сравнительный анализ личностных особенностей спортсменов-конькобежцев и не спортсменов.

Цель исследования: определить психологические различия между спортсменами и неспортсменами.

Задачи исследования:

1 этап: изучить и апробировать методы психологического исследования в научной психологической литературе.

2 этап: провести научное исследование методом сравнительного анализа.

Объект исследования: личностные особенности спортсменов-конькобежцев и не спортсменов.

База исследования: спортсмены-конькобежцы: подростки (мальчики 12-13 лет) – члены спортивного общества СДЮСШОР (Уральская молния) г. Челябинск; не спортсмены: обучающиеся 6-в класса МБОУ СОШ № 150 (мальчики 12-13 лет).

Для изучения психологических свойств личности спортсменов-конькобежцев и не спортсменов проведено обследование по стандартным методикам:

- Определение уровня самооценки: методика Марины Метель.
- Определение потребности в достижениях: методика изучения мотивации. Определение направленности личности: методика А.Мехрабиан.
- Определение уровня тревожности и беспокойства: методика Ч. Д.Спилберг, Ю.Л.Ханин.
- Определение направленности личности: методика Б. Басса.

Изучались следующие свойства личности: самооценка (СО) — определяет степень осознанности себя как личности, стремление к самоуважению, связана с уровнем

притязаний. Потребность в достижениях (ПД) — стремление превзойти уже достигнутый уровень исполнения, соревноваться в этом с другими и самим собой.

Можно выделить три вида направленности личности: направленность на себя (НС) — преобладание мотивов собственного благополучия, стремление к первенству, престижу. Направленность на взаимные действия (ВД) — стремление к общению, поддерживать хорошие отношения с товарищами. Деловая направленность, направленность на задачу (НЗ) — отражает преобладание мотивов, порождаемых самой деятельностью, стремление к познанию, овладению новыми навыками и умениями.

Уровень беспокойства, тревожности (БТ), который тесно связан с уверенностью в себе; чрезмерно высокий уровень БТ часто снижает эффективность деятельности.

Таблица 1

Сравнительные показатели исследования личности

Показатели Испытуемые	СО (Б)	ПД (Б)	Направленность личности			БТ (Б)
			НС (%)	ВД (%)	НЗ (%)	
Спортсмены- конькобежцы	126 б	26 б	36 %	48%	76%	121 б
Не спортсмены	98 б	21 б	68 %	52%	38%	110 б

У спортсменов-конькобежцев на самом высоком уровне находится показатель НС, это подтверждает стремление спортсменов к завоеванию самых высоких результатов, на среднем уровне — показатель БТ — спортсмены достаточно уверены в себе, в поставленных задачах, в методах их реализации. Показатели направленности на взаимные действия, на задачу, самооценка находятся на уровне ниже среднего.

Библиографический список

1. Козлов, В. В. Интегративная психология: Пути духовного поиска, или освящение повседневности / В. В. Козлов [Текст]. - М.: Издательство института психотерапии, 2007. – 528 с.
2. Платонов, К.К. Личностный подход как принцип психологии // Методологические и теоретические проблемы психологии. – М, 2007.
3. Тест САМООЦЕНКА (<http://semyacentr.ru/deti/semya-centr-kak-opredelit-uroven-samoocenki-u-podrostka.html>)
4. Тест ОПРЕДЕЛЕНИЕ НАПРАВЛЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ <http://testoteka.narod.ru/lichn/1/02.html>
5. Тест УРОВЕНЬ ТРЕВОЖНОСТИ И БЕСПОКОЙСТВ <http://www.acme-alr.com/?p=1047#.VvD2BmuyMjF>

**Зотова Л.С.
Василенко Е.А.
г. Челябинск**

**ВЛИЯНИЕ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО СТРЕССА НА УСПЕШНОСТЬ
ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ВУЗА**

Проблема стресса в последние годы становится одной из самых актуальных тем в мировой психологической науке и практике. По теории канадского психолога Г. Селье стресс представляет собой неспецифическую реакцию организма на любое предъявленное ему требование, вызывающее необходимость перестройки жизнедеятельности организма [1, с. 22]. Г. Селье назвал его общим адаптационным

синдромом, подчеркнув тем самым его роль в процессе адаптации человека в меняющемся мире. Однако он подчеркивал также, что длительный и чрезмерный стресс снижает иммунитет и может вызвать развитие различных болезней [1, с. 24].

Говоря о студентах ВУЗа, стоит отметить, студенческая жизнь полна чрезвычайных и стрессогенных ситуаций, поэтому студенты часто испытывают стресс и нервно-психическое напряжение. Одним из довольно распространённых видов стресса является экзаменационный стресс, то есть стресс в преддверии экзамена.

По мнению Ю.В. Щербатых, экзаменационный стресс занимает одно из первых мест среди причин, вызывающих психическое напряжение у учащихся средней и, особенно, высшей школы. Очень часто экзамен становится психотравмирующим фактором, который учитывается даже в клинической психиатрии при определении характера психогении и классификации неврозов [2, с. 24].

Для исследования экзаменационного стресса у студентов педагогического ВУЗа нами был использован тест учебного стресса Ю.В. Щербатых [3, с. 207–213].

В исследовании приняли участие 25 студентов педагогического университета, обучающихся на факультете иностранных языков. Помимо результатов тестирования, мы использовали сведения об успеваемости студентов (результаты последней сессии).

Сопоставив полученные в ходе тестирования результаты с теми средними значениями, которые приведены в аннотации к методике Ю.В.Щербатых, мы отметили отличия по ряду вопросов. Наиболее сильно отличалось среднее значение по вопросу об интенсивности учебной нагрузки (3,4 – по данным Ю.В. Щербатых, 6,0 – по результатам нашего исследования). Это говорит о том, что у студентов факультета иностранных языков учебная нагрузка является очень интенсивной, что может провоцировать возникновение негативных эмоциональных переживаний и стрессовых реакций, способных привести к формированию выраженных и длительных стрессовых состояний.

С другой стороны, по вопросу «наличие конфликта в группе», среднее значение в нашем исследовании составило 0,28, а по данным Ю.В. Щербатых – 3,1. Эти данные говорят о том, что психологический климат в группах у студентов факультета иностранных языков благоприятный; у студентов отсутствуют выраженные противоречия между интересами, ценностями, целями, мотивами, ролями; нет противоборства между микрогруппами; а главное, обучение в одной группе, взаимодействие всех членов группы не способствует проявлению и устойчивому доминированию негативных эмоций и чувств, а следовательно не оказывает негативное воздействие на психическое состояние членов группы и не является аспектом, влияющим на успешность обучения студентов.

Что же касается, среднего показателя экзаменационного стресса в группе студентов факультета иностранных языков, то он значительно превышает тот средний результат, который приводит Ю.В. Щербатых (6,0 +/- 0,35, в нашем исследовании – 7,84). Более 80% студентов обнаружили повышенные показатели экзаменационного стресса.

Для исследования взаимосвязи учебной успеваемости и показателя экзаменационного волнения нами был использован корреляционный анализ.

На уровне статистической тенденции была выявлена прямая положительная связь между интенсивностью экзаменационного стресса и успеваемостью студентов. Коэффициент корреляции составил 0,33 ($p < 0,10$). Таким образом, чем выше экзаменационный стресс, тем выше успеваемость.

Эти данные, в целом, согласуются с представлением о стрессе как адапционном синдроме, позволяющем личности мобилизовать ресурсы и успешно сдать экзамен. Однако высокие значения экзаменационного стресса часто влекут за собой как низкую успешность на экзамене, так и негативные психофизиологические следствия. Это требует оказания психологической помощи студентам, испытывающим выраженный экзаменационный стресс.

Библиографический список

1. Селье, Г. Стресс без дистресса [Текст] / Г. Селье; пер. с англ. А.Н. Лука и И.С. Хорола. – М.: Прогресс, 1982. – 128 с.
2. Щербатых, Ю.В. Вегетативные проявления экзаменационного стресса [Текст]: автореферат диссертации ... д-ра психологических наук / Ю.В. Щербатых. – СПб., 2001. – 32 с.
3. Щербатых, Ю.В. Психология стресса и методы коррекции [Текст] / Ю.В. Щербатых. — СПб.: Питер, 2006. – 256 с.

*Зудова А.А.
г. Челябинск*

ИГРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ИНТЕРЕСА УЧАЩИХСЯ

Производственная практика в школе является неотъемлемым этапом профессиональной подготовки специалистов, так как у студентов появляется возможность перенести полученные знания и умения в область повседневной профессиональной деятельности. И попав в школу на первый урок, у студента сразу возникает вопрос: «Как мотивировать учеников к познавательной деятельности?».

Данной проблеме посвятили свои исследования такие советские психологи, как Л.И. Божович, Н.Г. Морозова, Л.С. Славина. Проанализировав их труды, можно сделать вывод, что у учения всегда несколько мотивов, взаимодействующих между собой, которые при этом образуют сложную и динамичную систему с наличием одного ведущего мотива, наиболее осознаваемого личностью [2].

С точки зрения А.Н. Леонтьева, Л.И. Божович, Ю.К. Бабанского, познавательный интерес – это сильный мотив учения, один из важнейших факторов успешности овладения знаниями.

Г.И. Щукина дает следующее определение познавательного интереса: Познавательный интерес – это «избирательная направленность личности, обращенная к области познания, к ее предметной стороне и самому процессу овладения знаниями» [4].

Нельзя не согласиться с рядом авторов (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, С. Л. Рубинштейн) в том, что важность познавательного интереса заключается в том, что именно он придает учебной деятельности творческий, устремленный характер.

Итак, необходимость познавательного интереса неоспорима. Следовательно, перед студентами и молодыми учителями встает другой вопрос: «Как разбудить познавательный интерес учеников?»

Существует большое количество способов развития познавательного интереса. Например, создание на уроках благоприятной атмосферы, при которой учащиеся будут чувствовать необходимость учебных занятий и с интересом воспринимать новые знания. Еще одним способом является включение в работу творческих заданий. Третьим способом являются дидактические игры.

В нашем исследовании мы остановимся именно на игровых технологиях для детей младшего школьного возраста, так как особенностями любой игровой технологии являются активизация деятельности и направленность на результат. Особенно эффективно исполнение игровых технологий в младшем школьном возрасте, так как в этот период дети достаточно легко вовлекаются в любую игровую деятельность, без особых трудностей сами образуют игровые группы. Помимо игр с предметами и игрушками, появляются неимитационные игры.

В ходе исследования уровня познавательной активности младших школьников мы использовали такие методики, как «Конверты» [1], «Познавательная активность младшего школьника», а также анкетирование учителей для выявления роли игровых технологий в учебной деятельности.

Наше исследование проводилось в 2016 году на базе МАОУ СОШ № 5 с углубленным изучением отдельных предметов им. Г.Н. Зайцева (г. Нижний Тагил). В ходе

исследования было опрошено 52 учащихся третьих классов и 9 учителей. В результате исследования было выявлено, что высоким уровнем познавательного интереса обладают 29 % опрошенных учащихся, средним – 60 %, низким – 11 %. Все опрошенные учителя признают необходимость использования игровых технологий, но лишь 60 % учителей их используют, в основном, для решения отдельных конкретных задач, например, усвоения правила или отработки навыка.

Конечно, нельзя отрицать, что игра не всегда является самым подходящим методом обучения. Это зависит от этапа и целей урока. Например, дидактические игры целесообразно вводить при выработке навыков и умений, при закреплении материала, а также при проверке результатов обучения.

Игры-путешествия направлены на осмысление и закрепление изученного материала. Это могут быть рассказы, дискуссии, написание дневников. Они активизируют воображение, что и является отличительной чертой данного вида игровых технологий.

Игры-соревнования могут включать разные виды игр, но их отличительной особенностью является то, что в учебную деятельность вводится элемент соревнования, который переводит дидактическую задачу в игровую.

В.А. Сухомлинский писал: «Без игры не может быть полноценного умственного развития. Игра - это огромное светлое окно, через которое в духовный мир ребёнка вливается живительный поток представлений, понятий. Игра – это искра, зажигающая огонёк пытливости и любознательности» [3].

Таким образом, игровые технологии являются эффективным средством развития познавательного интереса, повышают мотивацию к учебной деятельности и помогают в формировании навыков самостоятельной работы учащихся.

Библиографический список

1. Диагностика уровней развития познавательного интереса у младших школьников и состояния его формирования в реальной воспитательной практике [Электронный ресурс]/ <http://www.solideducator.ru/refeds-616-2.html>
2. Панишева К.А., Щелина С.О. Формирование интереса к учебной деятельности // Молодой ученый. – 2016. - №2. – С. 825-828.
3. Сухомлинский В.А. Сердце отдаю детям. – Киев: Радянська школа, 1974. – 288 с.

Ермолаева К.М.
г. Челябинск

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ МЕЖЛИЧНОСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ ПОДРОСТКОВ В ШКОЛЬНОМ ТЕАТРАЛЬНОМ КОЛЛЕКТИВЕ

Общение относится к числу важнейших для подростка сфер жизнедеятельности. Все психологи едины в признании значения общения в формировании личности в подростковом возрасте. От того, как будет складываться общение, зависит формирование будущей личности. Поэтому изучение проблем общения становится весьма актуальным. Очень важно помочь подросткам в развитии навыков межличностной коммуникации в той ситуации, когда они испытывают трудности.

Навыки межличностной коммуникации можно определить как способности, обеспечивающие эффективность общения личности с другими личностями и психологическую совместимость в совместной деятельности. Коммуникативные способности формируются и выявляются в процессе общения, то есть в обмене информацией между людьми посредством знаков и символов, при котором информация передается целенаправленно, принимается избирательно, а взаимодействие осуществляется в соответствии с определенными правилами и нормами.

Несомненно, коммуникативные способности развиваются всю жизнь, в процессе социализации личности, но пик развития этих способностей приходится на подростковый возраст, когда общение является ведущим видом деятельности.

Нами было выявлено, что одной из основных характеристик подросткового возраста является трудность в общении, которая приводит к неразрешимым подчас проблемам, касающимся успеваемости, дисциплины, возможностей личностного становления подростка. Основную массу подростков характеризует неустойчивость настроения, постоянные колебания самооценки, неадекватность реакций и др.

Мы выяснили, что на сегодняшний день актуальными становятся возможности театрального искусства в профилактике различных деформаций в развитии и социализации подростков. Именно в этом возрасте происходит развитие «Я», приобретение новой социальной позиции. Все это связано с тревожным состоянием, муками выбора, сомнениями, отрицанием авторитета взрослых. Работая над созданием спектакля, подростки обретают культурный, коммуникативный, организаторский опыт, у них расширяется сфера познавательных интересов.

Для продуктивной реализации этих сфер необходимо создание эстетико-коммуникативной среды, способствующей организации общения, которое направлено на раскрытие эстетической ценности театрального искусства, его нравственного содержания, значимости театрально-исполнительской деятельности [1].

Общение подростков в школьном театральном коллективе избавляет от дефицита в выражении эмоций, речевых реакций и действий. Подростков-участников коллектива по праву можно отнести к опережающей группе, по сравнению со сверстниками, в творческом развитии и социализации. Их отличает развитая коммуникабельность, эмоциональность, навыки самопрезентации личностных достижений, творческая активность. Все эти качества являются важнейшей движущей силой личностного становления.

На занятиях в школьном театре подростки не просто взаимодействуют в речи – это так называемое обыденное общение – они взаимодействуют в процессе создания совместного творческого дела. Такое общение не должно быть спонтанным, педагог выступает в данном случае как организатор общения, которое направлено на раскрытие эстетической ценности образов театрального искусства, их нравственного содержания, значимости театрально-исполнительской деятельности.

Освоение значимости и возможности общения в эстетико-коммуникативной среде проходит через систему определенных педагогических ситуаций, через выполнение творческих заданий, заостряющих необходимость так или иначе изменить свою первоначальную позицию.

В связи с этим особое внимание на занятиях обращается на глубинный анализ и обсуждение содержания произведений искусства (драматургических произведений, театральных постановок, произведений живописи, кино). Через изменение и совершенствование восприятия подростки начинают осваивать важнейшие представления об открытости по отношению к Другому, непонятному, чужому, об умении при этом сохранять свое мнение, свои взгляды, об основах взаимодействия в творчестве и т.д.

Эти обсуждения способствуют развитию у подростков таких качеств личности, как готовность понять и принять позицию другого, брать на себя инициативу в решении проблемы, уметь прислушиваться к чужому мнению, чувствовать эмоциональный настрой других участников коллектива.

Одним из наиболее сложных этапов занятий школьного театра является эстетическая рефлексия собственной деятельности ее участников. Она может проходить в форме беседы, направленной на критическое обсуждение спектакля, проведенной репетиции, этюда и т.д. Подростки самостоятельно анализируют свою работу и работу своих коллег. В обсуждениях подростки развивают в себе терпимость, уважение к личности своего собеседника. Анализируя то или иное художественное событие (выступление своего сверстника, разыгранную миниатюру и т.д.), они учатся

формулировать и излагать свои мысли в определенной последовательности, выделять главное и отмечать второстепенное и т.д. Следовательно, происходит развитие логического мышления, которое влияет на формирование навыков выразительной речи.

В процессе подготовки спектакля подростки могут глубоко осмыслить звучащее слово, сделав его личностно-значимым, включить его в собственный эстетический, культурный и жизненный опыт [2].

Деятельность в школьном театре носит универсальный характер, это дает подросткам возможность более ярко самовыразиться, проявить самостоятельность и ответственность в выборе того или иного направления в создании спектакля. Все это может быть выражено за счет активности в игровой деятельности. Как известно, игра – лучшее средство удовлетворения интересов и потребностей, реализация замыслов и желаний растущего человека. Зная индивидуальные особенности подростка, его способности, умения, педагог-руководитель может использовать это в игре. Она может быть игрой-разминкой, игрой-репетицией, игрой-релаксацией, дидактической игрой и т.д.

В игре подростки получают возможность проживания разнообразных социальных ролей. Внешнее копирование взрослых отношений – один из вариантов подростковой социализации. При этом важно поддерживать те варианты взрослости, которые благоприятны для творческого и социального развития самого подростка.

Таким образом, занятия в школьном театральном коллективе влияют на изменение содержания и качества общения подростков со сверстниками и взрослыми, которое становится интеллектуально насыщенным, эмоционально привлекательным и обретает ценностный характер; развиваются и совершенствуются навыки межличностной коммуникации. Подростки более глубоко осознают социальную значимость своей творческой деятельности, так как получают возможность экспонировать ее результаты в социуме.

Библиографический список

1. Зайцев, А.С. Школьный театр как фактор творческого развития и социализации подростка [Текст]: монография / А.С. Зайцев. – Москва: МАО, 2015. – 175 с.
2. Кнебель, М.О. Слово в творчестве актера [Текст] / М.О. Кнебель. – М.: ВТО, 1970. – 148 с.

***Иващенко Н.К.
Савченков А.В.
г. Челябинск***

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ МОЛОДОГО ПЕДАГОГА

Главной задачей СПО является обеспечение качества подготовки рабочих и специалистов, востребованных современным рынком труда. Успешность решения этой задачи зависит от совокупности условий, имеющих в образовательной организации, важнейшим из которых является ее кадровый потенциал.

Период профессиональной адаптации является наиболее критичным и актуальным во все времена для профессионально-личностного развития специалиста. Попадая в профессиональный коллектив с уже сложившейся средой, молодой специалист проходит сложный путь профессиональной адаптации, включающий в себя выработку индивидуально-профессиональной позиции, формирование профессионального самосознания, стратегию эффективного взаимодействия с коллегами.

Обратимся к содержанию понятия «Профессиональная адаптация». Профессиональная адаптация - овладение знаниями, умениями и навыками, нормами и функциями профессиональной деятельности, процесс вхождения начинающего педагога в

новую социальную среду, а именно, в систему межличностных отношений определенного коллектива [1].

Позитивное профессиональное развитие молодого педагога зависит от нескольких факторов:

- 1) индивидуальное особенности и качество подготовки;
- 2) материальные и социальные факторы;
- 3) условия профессиональной среды;
- 4) методическая помощь опытных педагогов.

Ключевыми компонентами профессиональной деятельности педагога являются освоение педагогической техники, направленность личности, ценностные ориентации, креативность педагога. Данные компоненты способствуют уровню активности освоения основ профессиональной деятельности.

Начинающих педагог сталкивается с проблемой реализации теоретических знаний на практике. Применение словесных, наглядных, практических методов обучения требует определенных навыков в профессиональном портрете педагога. Поэтому специалисту необходима психолого-педагогическая поддержка и методическая помощь опытных педагогов. Важно оказать содействие молодому педагогу с целью построения индивидуальной системы педагогической деятельности.

Большинство педагогов в начале работы в учреждениях СПО имеют низкий уровень профессионально-личностного развития. В связи с незнанием специфики системы образования, существует определенный риск формирования у молодых педагогов искаженного представления о задачах своей деятельности, риск формирования неадекватной профессиональной самооценки, а также риск того, что новая тревожная социальная ситуация будет сковывать возможности их дальнейшего личностного развития[2].

Сложившаяся практика деятельности организаций профессионального образования свидетельствует о том, что внимание уделяется обучению начинающих педагогов правильному отбору содержания, форм и методов теоретического и практического обучения: даются знания о требованиях к качеству лекционных и практических занятий, о требованиях к подготовке учебных программ и учебно-методических пособий, об инновационных технологиях обучения [3].

Знания о методах обучения в СПО, усвоенные будущим педагогом в ходе обучения, требуют компетентного подхода в ходе разработки и подачи материала студентам. Полезно предлагать будущим педагогам профессионально обучения разрабатывать собственные методы для освоения материала аудиторией, и используя их, формировать практические умения и навыки как для себя, так и для сверстников. В ходе разработки методов обучения в собственной практике, педагогу необходимо учитывать ряд критериев для проведения качественной программы: новизна, структурированность и оригинальность подачи информации, практичность и понятность упражнений и игр, способность объективно оценивать уровень знаний обучаемых. Практика самостоятельной подготовки и проведения образовательных блоков позволит будущим педагогам профессионального обучения освоить методику создания и адаптации тренинговых программ в соответствии с потребностями конкретной аудитории, запросов образовательной организации. Интерактивный формат обучения, обратная связь от других членов группы и опытных профессионалов позволит участникам почувствовать и развить свой уникальный тренерский стиль. В будущей профессиональной деятельности участники смогут продемонстрировать свое тренерское мастерство на защите собственных версий тренингов, а также развить основные тренерские компетенции, осознать свой тренерский стиль.

Таким образом, педагогическая деятельность требует высокой профессиональной компетентности с первого дня работы молодого педагога, с использованием активных инновационных методов обучения. Готовность к изменчивости образовательной среды,

высокая внутренняя мотивация и насыщенные базовые знания определяют ход профессиональной адаптации педагога СПО.

Библиографический список

1. Профессиональная адаптация личности [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://studme.org/157806155549/psihologiya/professionalnaya_adaptatsiya_lichnosti
2. Савченков А.В. Проблема формирования профессиональных компетенций у обучающихся с девиантным поведением в условиях профессионального образования / А.В. Савченков, П.В. Лизунов // международный научный журнал «Мир науки, культуры, образования». – Барнаул, 2013. - № 5. – С. 233 – 235.
3. Савченков, А.В. Проблема адаптации первокурсников к условиям профессионально-педагогического института / А.В. Савченков, А.И. Корзунова / профессиональное образование: методология, технологии, практика: сборник научных статей / под ред. В.В. Садырина. - Челябинск: Изд-во ЗАО "Цицеро", Челяб. гос. пед. ун-т, 2015. - С. 193-198.

***Ивашкова А.А.
Савченков А.В.
г. Челябинск***

РАЗВИТИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ В ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ

Кардинальные изменения, происходящие в социально-экономической, политической, культурной сферах современного российского общества, повлекли за собой реформирование системы образования в направлении повышения качества профессиональной подготовки будущих педагогов.

Основной целью дальнейшего реформирования системы образования является создание эффективной системы управления образованием, обеспечивающей высокое качество образования, его многообразие и ориентацию на удовлетворение запросов личности и общества. В связи с этим система образования должна способствовать развитию эмоциональной устойчивости будущих педагогов с целью повышения эффективности их будущей деятельности.

Анализ педагогической и психологической деятельности преподавателей образовательных организаций показал, что одним из значимых факторов координации действий является эмоциональная устойчивость. Вместе с тем регулятивная функция эмоций оставалась и продолжает оставаться вне поля зрения многих исследователей. Эмоциональная устойчивость является важной составляющей эмоционально-волевого компонента психологической подготовленности личности к различным видам деятельности; обеспечивает эффективное развитие других компонентов деятельности - в том числе мотивационного, гностического и оценочного.

Наиболее остро проблема эмоциональной неустойчивости наблюдается в молодежной среде. Так, исследования российских психологов последних лет показывают, что 80% старшеклассников находятся в состоянии эмоционального напряжения, а 50% из них имеют уже те или иные заболевания стрессовой этиологии [3]. Во время обучения в университете, по данным проведенного нами исследования, 72% будущих педагогов сталкиваются с эмоционально напряженными ситуациями, например, во время экзаменов, 45% студентов - эмоционально неустойчивы.

Особую актуальность приобретает проблема развития эмоциональной устойчивости для профессиональной деятельности будущего педагога. Эмоциональная устойчивость как одно из профессионально значимых качеств и личностных особенностей будущего педагога отражает уровень его профессиональной готовности и является критерием эффективности деятельности.

Эмоциональная устойчивость относится к категории психических состояний, и исследуется педагогами, психологами, физиологами и другими педагогами. По существу большинство воззрений на регуляторные функции эмоций восходят к философским трактатам Платона, Аристотеля, Петрици, Декарта, Спинозы и др. Эмоции рассматривались Аристотелем и как связывающее звено в процессе познания, и как мотивирующее основание. Мысль о регуляторной функции эмоций развивалась и Р.Декартом, он выделял не только побудительную, но и ориентирующую функцию эмоций, показывал в своих трактатах, что эмоции могут выполнять функцию памяти. Платон, не отводя места чувствованиям (эмоциональным переживаниям) в своей классификации, но и не смешивая их с другими явлениями, считал их возможным аккомпанементом психических отражений, колеблющихся между нормальными и ненормальными процессами.

Устойчивость — это способность человека сохранять в различных условиях социальной нестабильности личностные позиции, владеть определёнными механизмами защиты по отношению к воздействиям, чуждым его личностным взглядам, убеждениям и мировоззрению в целом.

В.Э. Чудновский выделил четыре уровня устойчивости личности. Первый уровень – ситуационность. Для этого уровня характерно превосходство примитивных потребностей. Соответственно, здесь мы наблюдаем низкий уровень нравственной саморегуляции. Второй уровень - неустойчивость, обусловленная отсутствием содержательного фактора отдаленной ориентации. Для этого уровня характерно превосходство узко личных потребностей, например, продвижения по службе. Третий уровень - устойчивость личности, в основе которой находятся неоднозначные по своему содержанию виды отдаленной ориентации, позволяющие индивиду в большей или меньшей степени выйти за пределы узко личных интересов. Например, потребность в зарплате с целью потратить его на подарок. Четвертый уровень - высший уровень устойчивости личности, опосредованный коллективной направленностью (потребность в достижении коллективной цели).

Развитие неблагоприятных эмоциональных состояний препятствует качественному выполнению деятельности с заданным результатом и, при определенных условиях, может потребовать от субъекта прекращения деятельности для восстановления требуемых ресурсов. Кроме того, повторяющиеся неблагоприятные эмоциональные состояния приводят к закреплению отрицательных личностных качеств, таких как раздражительность, агрессивность, тревожность, пессимизм и др. Таким образом, те или иные условия вызывают эмоциональное напряжение не в силу их абсолютной жесткости, а в результате несоответствия механизмов эмоциональной регуляции этим условиям. Характерно, что многие из студентов не знают, как предотвратить и снять эмоциональную напряженность, и указывают на неудовлетворительное состояние психологической подготовки к деятельности в напряженных условиях в период обучения в вузе [4].

Отображение субъектом эмоций может осуществляться на двух уровнях сознания. Во-первых, на уровне непосредственного восприятия, переживание наличия эмоций как таковой. На этом уровне человек осознает единство эмоций, как с явлениями предметного мира, так и психическими и физиологическими явлениями своего внутреннего мира. Во-вторых, эмоции осознаются и через обобщение данных непосредственного восприятия.

Таким образом, субъект использует различные источники информации, которые несут ему знание о качестве эмоциональных переживаний. К числу таковых источников относятся: телесные ощущения, вегетативные изменения, сопровождающие переживаемые эмоции, изменения в поведении, характер ситуации, в которой возникают те или иные эмоции. [5]

Анализ понятия эмоциональная устойчивость можно представить нижеследующими определениями.

В.Л. Маришук определяет эмоциональную устойчивость как способность человека преодолевать состояние излишнего эмоционального возбуждения при выполнении сложной двигательной деятельности. [3, С. 47]

Исходя из представлений И.М. Аболина эмоциональная устойчивость рассматривается как системное качество личности, приобретаемое индивидом и проявляющееся у него в напряженной деятельности, все эмоциональные механизмы которой получают свою определенность в структуре саморегуляции[1, С. 142].

На основе анализа вышеперечисленных формулировок и подходов к определению данного понятия можно констатировать, что эмоциональная устойчивость - это интегративное свойство личности, включающее в себя эмоциональный, волевой, интеллектуальный и мотивационный компоненты.

Мы живем в эпоху, когда успехов в любой области и в соперничестве с другими достигает тот, кто владеет более совершенными, интенсивными технологиями, позволяющими при тех же или меньших затратах времени и средств ускорять прогресс и опережать других. В свою очередь образование также не может отставать от требований быстро развивающейся жизни. Развитие эмоциональной устойчивости будущего педагога будет осуществляться успешно, если оно грамотно педагогизировано и обязательно индивидуализировано.

Библиографический список

1. Аболин, Л.М., Соотношение психических и физических коррелятов эмоциональной устойчивости спортсменов / Л.М. Аболин // Вопросы психологии. – 1974. – № 1. – С. 104 – 115.

2. Андреев, В. И. Педагогика творческого саморазвития / В. И. Андреев. – Казань: ИКГУ, 1996. - 567 с.

3. Мильруд, Р. Формирование эмоциональной регуляции поведения учителя / Р. Мильруд // Вопросы психологии. – 1986. – № 9. – С. 47 – 55.

4. Савченков А.В. Проблема эмоциональной устойчивости слушателей курсов повышения квалификации и ее влияние на их социокультурное самоопределение / А.В. Савченков / Социум и власть. - Челябинск: ОАО «Челябинский Дом печати». - 2014. - № 6(50). - С. 111 - 116.

5. Савченков, А.В. Влияние уровня развития эмоциональной устойчивости на самоопределение выпускников учреждений среднего профессионального образования / А.В. Савченков / Вектор науки Тольяттинского государственного университета / Серия «Педагогика, психология». – г. Тольятти: изд-во "Тольяттинского государственного университета"– 2012. - №9. – С. 266 – 268.

*Кабакова Д.
Литке С.Г.
Швецова Т.Ю.
г. Челябинск*

ИЗУЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНО — ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЛИЧНОСТИ ПОСРЕДСТВОМ СЛАВЯНСКОГО КОСТЮМА

Идеи возвращения к русской народной культуре, в частности к славянской становятся всё более популярными. Славянская культура обращает людей к истокам, к своим корням, ведь в действительности в ней определённно заложена скрытая истина, которую народ постепенно утратил. В связи с глобализацией культура переживает сейчас сложный период, она начинает трансформироваться, а вместе с ней нравы, люди и их психология. Общество нашей страны, чувствуя потребность возвращения к своей культуре, к самобытности и к культурной независимости России от других стран, создают

научные сообщества, коллективы, посвящённые изучению, реставрации объектов и предметов народной культуры. Древнерусский костюм — это важная её часть. Он формировался на протяжении веков и отражает самобытность народа, а также его жизнь и характер. По этому костюму можно изучать культуру и быт, а также психологию людей.

Цель данного исследования: определить закономерности социально-психологических особенностей людей посредством анализа славянских костюмовразных племён и сообществ.

Задачи исследования:

1. Проанализировать литературные источники по проблеме отличительных особенностей древнерусского костюма от других видов одежды.
2. Определить характерные отличительные признаки древнерусского костюма.
3. Выявить основные параметры древнерусского костюма, определяющие социально-психологические особенности личности – обладателя этого костюма.

Наши предки всегда стремились к целостному мировосприятию, миропознанию, миропониманию, мироописанию. Не исключением является и славянский костюм, который определял многофункциональность своего назначения, в том числе выполнял информационную функцию, определяющую социально-психологический компонент личности его обладателя. В контексте нашего исследования самым оптимальным для определения понятия «личность» является научная основа интегративной психологии. «Личность – это сложная, многокомпонентная открытая система, способная поддерживать гомеостаз, целесообразное взаимодействие со средой, способная к адаптации, саморазвитию и генерированию новых структур и подсистем, в соответствии со сложившейся ситуацией и новыми условиями для существования» [2] «Интегративная психология утверждает идею о необходимости целостного изучения личности как системы, каждый элемент которой находится во взаимосвязи и взаимозависимости друг с другом. Поэтому как выделение, так и изучение каких-либо элементов по отдельности становится возможным лишь в абстракции» [3].

Термины «древнерусский костюм», «славянский костюм» включают в себя разные понятия, например:

- Национальный - характерный для данной нации, свойственный именно ей.” [6].
- Русский -относящийся к русскому народу, к его языку, национальному характеру, образу жизни, культуре, а также к России, её территории, внутреннему устройству, истории[6]
- Славянский - относящийся к славянам, к их языкам, образу жизни, культуре, а также к территории их проживания, её внутреннему устройству, истории.[6]
- Славянство - славянщина, славенщина, словенщина, славянский мир, быт, народ, язык, обычаи. [7]

Таким образом, в нашем исследовании термином «древнерусский костюм» мы будем считать традиционную одежду, вид которой формировался веками и имел свои особенности в зависимости от региона, пола, назначения и возраста.

Исходя из анализа деталей (например, узорочье) и целостного образа русского костюма, можно определить общие тенденции, определяющие социально-психологические особенности личности – носителя русского костюма.

Узорочье (ст.слав. – украшение) – древнейшие виды русского народного творчества, направленного на украшение среды обитания человека – серых деревянных изб и металлических изделий, домотканых полотен и т.д. Так люди научились хитроумной резьбе по дереву, яркой вышивке, стали делать скань, эмаль, чернь, инкрустацию, чеканку, плетение, вязание и др. Все эти творческие умения заложили основу прикладного искусства и многих народных ремесел. Узорочье использовалось прежде всего при украшении женской одежды (вышивки, кокошники, вязаные вещи), изделий женских украшений (диадем, бус, серег, поясов, браслетов), воинских доспехов (седла для коня, мечей, кинжалов), домашней утвари (тарелок, блюд, ложек), самого жилища (крыши,

наличников, крыльца, ворот) и много другого. Возникнув в незапамятные дохристианские времена, узорочье до сих пор сохранило в себе языческие смыслы. Темой узорочья и сегодня являются: «древо жизни», солнце, земля, вода, небо, различные животные и сами люди. Все когда-то имело заклинательный смысл и служило оберегом. С приходом христианства усилилась православная тематика, возникли ремесла, стали развиваться на основах узорочья различные виды искусства. Сегодня переживается новый подъем народного интереса и внимания профессионалов к узорочью как бесконечно богатому источнику идей и технологий. [1]

Параметры социально-психологических характеристик	Детали и элементы костюма	Целостный образ костюма
Возраст	<p>У детского костюма ворот, рукава и подол рубашки покрывала обильная вышивка, в волосы вплетались ниточки бус, тонкие проволочные колечки. Привязывались подвески-бубенчики, сделанные из меди или бронзы.</p> <p>Одежда стариков и старух приближалась по своему типу к детской (половые различия в одежде стиралась), она носилась без всяких украшений и шилась из материй белого или темного цвета.</p>	<p>Детская одежда древних славян была одинакова для девочек и для мальчиков и состояла из одной длинной, до пят, полотняной рубахи. Право на «взрослую» одежду дети получали только после обрядов инициации. Рубаху дополнял пояс. Только в подростковом возрасте у ребенка появлялась одежда, указывавшая на пол. У мальчиков рубаха дополнялась штанами. Старухи надевали поверх рубахи вместо сарафана или поневы широкий балахон, нагрудник, передник с рукавами, которые были обычно перешиты из старых, ношенных вещей. Старики ходили в неподпоясанной рубахе, в одних подштанниках без штанов. Не полагалось старикам и праздничного костюма.</p>
Социальный семейный статус: замужем или не замужем, женат или холост	<p>Холостые</p> <p>Девушки надевали серьги, бусы, кольца, цепочки, зарукавья, различного рода наспинные украшения, парни - цепочки, кулоны, кольца, шейные платки. Обилие украшений было характерной особенностью именно молодежного костюма.</p> <p>Замужние женщины заплетали волосы в две косы или в узел</p> <p>Женатые</p> <p>Одежда мужчин и женщин</p>	<p>Холостые</p> <p>Костюм парней состоял из рубахи, подштанников, штанов, пояса, танки, в некоторых районах жилета или пиджака. Девичий костюм от костюма женщин отличался головным убором. Девушкам полагался головной убор, открывавший волосы сверху, что позволяло видеть спускающуюся по спине косу.</p> <p>Женатые</p> <p>Замужние женщины носили</p>

	<p>была меньше украшена, чем одежда холостой молодежи. Следует указать и на постоянное изменение покроя одежды, материала, цвета, отдельных деталей, насыщенности орнамента в одежде замужней женщины и женатого мужчины с возрастом.</p>	<p>головные уборы, полностью закрывавшие волосы, которые были заплетены в две косы или завязаны узлом. В южнорусских губерниях в состав женского костюма включалась понева, отсутствовавшая в девичьем костюме.</p> <p>В мужском костюме отличия менее заметны. Они проявлялись, например, в манере ношения верхней одежды, головного убора, завязывания пояса</p> <p>Вдовы, вдовцы, солдатки, как и старики, носили траурную белую и черную одежду без украшений. Старые девы не имели права на ношение одежды замужних женщин. Они плели косу как девушки, покрывали голову платком. Им запрещалось надевать кокошник, сороку, повойник, носить поневу. Ходить они могли лишь в белой рубахе, темном сарафане, нагруднике.</p>
<p>Принадлежность к профессиональному сообществу</p>	<p>У городских жителей головной убор был более сложным, чем у крестьянок. Особую роль в русском костюме играл пояс. Он был как обязательным элементом одежды, так и украшением.</p> <p>городское население предпочитало кожаную обувь, а крестьяне в большинстве своем носили лапти. Ремесленники в городах носили «калиги» – мягкие сапоги, кроившееся из цельного куска кожи, стянутого вокруг щиколотки.</p> <p>Одежда бояр и придворных была сложнее, разнообразнее и роскошнее крестьянской.</p> <p>Основные отличия одежды знати от одежды низших сословий заключались в качестве материала. Главной деталью знатной одежды, отличавшей ее от</p>	<p>Основной одеждой и для мужчин и для женщин была рубаха. Покрой рубахи был туникообразный и ее длина зависела как от назначения (праздничные были более длинные), так и от положения ее владельца (у зажиточных крестьян и горожан она тоже была длиннее).</p> <p>Наибольшим разнообразием отличалась женская одежда. Существовало несколько комплексов женского костюма. Одним из самых распространенных был комплекс с сарафаном. В городах ни одна русская женщина не обходилась без верхней длинной распашной одежды с рукавами – «телогреи» – своего рода дополнения к сарафану. Понёвы и плахты носили в основном крестьянки, для горожанок понева была горничным костюмом.</p>

	одежды простонародья, были головные уборы.	Верхней одеждой девушек и замужних женщин в боярской знатной среде были душегрейки или телогреи. Они подбивались дорогим мехом.
Принадлежность к определенному месту жительства	Кокошник, цельный твердый головной убор, включавшийся в костюм с сарафаном, был различен в разных районах: в Торопецком уезде Псковской губернии - это головной убор с конусообразным верхом - "рогом", украшенный по очелью "шишками", в Тверской губернии - высокая шапка с плоским верхом, небольшими наушниками и поднизью, спускавшейся на лоб, в Костромской — головной убор с высоким треугольной формы очельем, украшенным золотной вышивкой, бисером, жемчугом и т. п. Когда в южном Серпуховском уезде еще круглый год носили разноцветные шерстяные поневы, то в Бронницах, что на юго-востоке губернии, уже повсеместно вошли в моду сарафаны, а крашенные поневы можно было встретить лишь летом.	У русских, как и у всех славян, основной частью женской одежды была рубаха, длинная, широкая, со сборками у ворота, а часто и внизу рукавов. Она кроилась из прямоугольных кусков ткани. На плечах обычно делались вставки — «полики» или «полика». Такая часть южновеликорусской одежды, как понева, особенно распашная, в виде куска ткани, собранного и укрепленного на поясе при помощи шнура, имеет сходство с украинской плахтой и болгарскими престилками. Аналогию болгарским шерстяным сукманам находим и в наиболее старинном типе русского сарафана, без шва спереди. Его шили из перегнутого пополам полотнища шерстяной, реже льняной домотканой материи; сверху был вырез для головы, а по бокам — клинья. Таковы «сянские» сарафаны Курской, «шушуны» и «шушпаны» Псковской и Олонецкой, «костоланы» Тверской губерний.

На первый взгляд русский народный костюм кажется одинаковым и без определённых особенностей: женщин мы представляем в сарафане, с платочком на голове или кокошнике, а мужчин в шапке, в рубахе и лаптях. На самом деле костюм различается определёнными деталями: узорами, вышивкой, цветом, фасоном и т. д.

Во времена правления Петра I начала навязываться западная культура, считавшаяся более развитой, а культура русского народа оказалась отсталой. Русскую одежду стали носить только крестьяне. Именно они и сохранили её, и в наши дни мы можем представить, как одевались люди, ведь костюм практически не изменялся на протяжении многих и многих веков. Для русского народа эта одежда имела большое значение, так как различные её элементы служили опознавательными знаками и оберегами от нечисти, в которую верили люди тех времён. Некоторые учёные, например О. Т. Виноградов (книга «Древняя Ведическая Русь. Основа Сущего»), О. Н. Трубочев (книга «К истокам Руси. Народ и язык»), В. В. Фомин (статья «Варяги и варяжский вопрос в судьбе России») и

другие учёные антинорманисты, среди которых известный учёный XVIII века Ломоносов, утверждают и доказывают, что когда-то в древности русские люди были развитой цивилизацией. Знаки и символы, дошедшие до наших времён несли тогда сокровенное значение и использовались для совершения обрядов и инициаций. Эти символы наносились на предметы быта и на одежду, являлись хранителями быта и уюта. Даже после принятия христианства на Руси эти знаки не канули в безызвестность. Стоит говорить о том, что когда-то был единый народ, который распался на множество других, или произошло какое-то переселение в древности, ведь, например, в Индии или у северных народов встречаются те же символы, которые нашиты на платье русского сарафана или на скатерти. Всё имеет более глубокие корни, чем мы себе представляем. Люди древних времён воспринимали природу по-иному, чем сейчас. В самой природе виделась мудрость и путь к духовному. Поэтому, чтобы почувствовать ощущение внутренней свободы и найти путь к себе, многие люди сегодня обращаются именно к русской культуре. Исконно русской религией является именно язычество. При язычестве сформировалось всё то, о чём говорилось выше, в том числе и костюм. Можно с уверенностью сказать, что уровень социально-психологической компетентности наших предков был очень высоким, если понимать, что в «социально-психологическом аспекте компетенция – это осознанность целостности психической реальности, личностного стремления к организации самоактуализации и интегральному преобразованию мира в персональном, интерперсональном и трансперсональном формате». [4]

Библиографический список

1. Безрукова В.С. Основы духовной культуры: энциклопедический словарь педагога — Екатеринбург, 2000.
2. Козлов, В. В. Интегративная психология: Пути духовного поиска, или освящение повседневности / В. В. Козлов [Текст]. - М.: Издательство института психотерапии, 2007. – 528 с.
3. Литке С.Г. Колесо счастья: психотехника личностного совершенства: Международный научно-практический и методический журнал «СМАЛЬТА» №6 2014. - Новосибирск, 2014. -84 с. -с. 61-64. ISSN: 2312-1580.
4. Литке С.Г. Анализ понятия «социально-психологическая компетентность»: Мир науки, культуры, образования. 2014. № 3 (46). С. 104-107.
5. Литке Анализ понятия «социально-психологическая компетентность»: Мир науки, культуры, образования. 2014. № 3 (46). С. 104-107
6. Толковый словарь русского языка Ожегова.
7. Толковый словарь Даля.

***Казаков Н.Н.
Литке С.Г.
г. Челябинск***

ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ, КАК ФАКТОР УСПЕШНОСТИ

Актуальность исследования психологического явления целеполагания, обусловлено современной социокультурной ситуацией. В настоящее время взгляды исследователей все более обращаются на целеполагание будущих специалистов, учителей, спортсменов, врачей, исследователей, а также школьников и подростков. Отношение к спорту, на данном этапе развития общества, должно быть не только как к субъекту социального процесса, но и как к участнику культуры и исторического действия.

Цель работы: изучение целеполагания как фактора успешности спортсмена.

Объектом исследования является целеполагание как фактор успешности спортсмена.

Предмет исследования целеполагание и успешность личности спортсменов.

Гипотезой моей работы является следующее: ценностно-смысловой подход, представляющий собой ценностно-смысловую концепцию целеполагания, включающую в себя социально-психологические факторы успешности спортсменов, уровни развития и механизмы функционирования целеполагания, как фактора успешности спортсмена.

Задача психологической науки с точки зрения А. Маслоу заключается в изучении личности человека, которая активно реализует свой творческий потенциал. В структуре личности человека, потребность в целеполагании – стремлении человека быть тем кем он может стать, по мнению Маслоу – самая важная потребность человека. По его мнению, метапатологии среди живущей в достатке и избалованной молодежи, происходит отчасти из-за депривации внутренних ценностей, фрустрированности идеализма, в результате разочарованности обществом, которое им ошибочно кажется мотивированным лишь низшими животными материалистическими потребностями. А.Маслоу считает, что значительная доля социальной патологии среди обеспеченных людей, уже удовлетворивших свои потребности, более низкого порядка является следствием нехватки внутренних ценностей. Гипотеза А. Маслоу заключается в том, что подобное поведение может являться результатом сочетания продолжающихся поисков чего-то, во что можно было верить, с озлобленностью вызванной разочарованием подтолкнула к изучению целеполагания у студентов. Как молодым не разочароваться и не утратить надежды, жить счастливо. К чему еще может привести то, что человек удовлетворивший все свои материальные и телесные потребности, не достигает счастья, обещанного не только теоретиками, но и житейской мудростью родителей и учителей, настойчивой полуправдой – полуположью, насаждаемой рекламой. Результатом подобного перенасыщения является то, что в обществе все в большей мере доминируют материальные ценности. В итоге жажда ценностей духовных остается неудовлетворенной. Проблема фрустрированного идеализма молодежи является актуальной проблемой сегодняшнего дня. И именно в противовес ей моя исследовательская проблема заключается в изучении природы целеполагания рычагов ее осуществления, ментальности целеполагания.

По А. Маслоу, духовная жизнь – это часть нашей биологической жизни. Она является хоть и высшей, но все-таки частью последней. Подлинная реализация человека зависит от его приобщения к тому, что его превосходит. У человека должна быть благоприятная, гармоничная и высоко компетентная аура, среда, стимулирующая его развитие.

Постоянное стремление человека, как личности, удовлетворять свои потребности в движении развивать физические качества, способствовать тому, что физические упражнения постепенно сформировали характер двигательных действий и психологического настроя спортсмена. Таким образом, физические упражнения перешли в современном мире в спортивную деятельность, а та потребовала от личности спортсмена постановок целей и как следствие целеполагания. Сегодня спорт, как социальное явление, и как особый вид человеческой деятельности является объектом изучения ряда наук. При этом каждая из них в том числе и психологическая исследует спортивную деятельность под определенным углом зрения, с позиций своих специфических задач, своей методологии.

Возьмем волевые усилия в спортивной деятельности, именно они поддерживают мотивацию к целеполаганию спортсмена. Всякое произвольное действие требует для своих свершений определенного хотя бы минимального, волевого усилия. Волевые усилия отличаются от мышечных. Правда при всяком волевом усилии имеются какие-то мускульные движения, хотя бы в зачаточной форме. Но эти движения не составляют главного в волевом усилии, для которого характерно состояние внутреннего напряжения.

Волевые усилия всегда носят сознательный характер, будучи связаны с более или менее ясным осознанием цели и ожидаемых результатов действия вот они, если можно так выразиться, «кирпичики» целеполагания спортсмена. Наиболее отчетливо волевые усилия выступают именно тогда, когда при совершении волевого акта мы встречаемся с препятствиями для его совершения. Интенсивность волевых усилий прямо пропорциональна затруднениям, которые при этом приходится преодолевать. Вот тогда и происходит установка деятельности личности в целеполагании.

Фактор целеполагания как основа успешности спортсмена.

ЦЕЛЕПОЛОГАНИЕ – слово имеет две основы.

1. ЦЕЛЬ – мечта, предмет, конечное желание, стремление, намерение чего – то достигнуть.

2. ПОЛОГАНИЕ – это то, во что ты веришь преданно и без компромиссов.

УСПЕШНОСТЬ – свойство личности систематически достигать осознанно поставленных целей, в значимых для личности направлениях и масштабах ее жизненных проявлений. Наиболее важно, что речь идет о конечном желании. Промежуточные действия, желания, операции нельзя рассматривать в качестве целей. Это просто этапы достижения той самой, конечной цели, которая должна быть сопоставима с представлениями человека о смысле жизни. Представление об успехе и успешности человек обычно связывает с удовлетворением своих желаний через достижение вытекающих из них целей.

По Б. И. Додонову потребность – это внутренняя программа жизнедеятельности индивида, отражающая с одной стороны зависимость от условий существования, а с другой – необходимость выполнения этой программы для того, чтобы существовать. Легко видеть, что эти потребности обусловлены инстинктами – генетически закрепленными формами поведения и психического отражения, общими для всех представителей данного вида. Удовлетворение этих потребностей, как таковых, не формирует представления об успехе и успешности и потому не требует процедуры целеполагания. Действительно удовлетворить такие потребности в обыденной жизни для большинства людей просто в строгом смысле этого слова: съесть что – ни будь съедобное: прочитать какую – ни будь книгу и т., д., не делая из этого проблем. Функциональные потребности тесно связаны с социальными аспектами поведения человека – это его социальная роль. В моей работе это роль спортсмена. Интересно в данном случае рассмотреть и понятие роли.

Ролью называется представление человека о сущности своей личности и ее поведенческих проявлениях в различных ситуациях, которое он принимает сам и предлагает принять другим людям, участвующим в этих ситуациях. Для осознания личностью спортсмена своих сущностных потребностей, идет труд преобразования их в потребности функциональные, идет ролевое самосознание.

Ролевое самосознание означает, что личности необходимо представить себе свою сущность и ее важнейшие составляющие, проявляющиеся в конкретных ситуациях, принять эти проявления как способ существования собственной личности и по возможности согласовать свое представление о себе и своем поведении с представлениями значимого для личности социального окружения.

Таким образом, в процессе целеполагания, недостаточно выделения и сознания важнейших ролей, присущих личности, необходимо их ранжирование. Суть системы для ролей личности заключается в том, что как только, например, у третьей по порядку важности роли возникают проблемы, все остальные, начиная с четвертой и далее, на какое-то время или навсегда, в масштабе личности, просто перестают рассматриваться. В итоге: личность характеризуется ограниченным, в принципе осознаваемым набором жизненно важных ролей, расположенных в житейском для данной личности, в данный период времени, приоритетном порядке.

При достижении поставленной цели спортсмена как личность дополняет свой психологический путь планированием и четкой программой действий направленных на достижение успешности в достижении поставленной цели. При этом в ходе выполнения программы возможна и коррекция действий и даже коррекция промежуточных целей. Если процедура целеполагания соответствует описанной, если существует план и программа достижения цели, то собственно это достижение обусловлено уже исключительно личностными качествами и возможностями субъекта целеполагания, и он не может не осознавать этого. Тогда по мере достижения цели складывается ситуация успеха в соответствии с приведенным в работе определением этого явления. Систематическое воспроизведение успеха в результате осознанного целеполагания неизбежно приводит к формированию такого свойства личности как успешность.

Рассмотрим факторы, влияющие на успешность спортсмена.

1) Активность занимающегося. В процессе тренировки занимающийся не должен быть пассивным объектом воздействия тренера. Необходимо, чтобы он сам проявлял активность. В связи с этим перед тренером стоит задача всеми имеющимися в его распоряжении способами и средствами обеспечить высокую активность спортсмена.

2) Социальный фактор. К социальным факторам относят особенности организации тренером деятельности занимающихся спортсменов, оценки деятельности спортсмена на тренировке со стороны тренера и товарищей, удовлетворенность занимающихся тренировкой, наличие у них интереса к спортивной деятельности и цели занятий спортивной деятельностью.

3) Биологический фактор. К биологическому фактору относятся: потребность в движениях, здоровье как физическое так и эмоциональное, личностные качества спортсмена.

В исследованиях советского спортивного психолога Ю.Ю. Палайма было выделено 13 групп мотивов, характерных для спортсменов на стадии специализации: моральные мотивы (долг, коллективизма, патриотизма), мотив самоутверждения, мотивы, связанные с отношением к сопернику, тренеру, зрителям, непосредственно соревновательные мотивы (азарт, мотив соперничества), эстетические мотивы, мотивы благополучия (желание добиться материальных благ, преимущества и привилегий) и др. мотивы составляют мотивацию, а мотивация движет волевыми усилиями создающими промежуточные цели в достижении успешности которая связана с целеполаганием спортсмена.

Библиографический список

1. Аствацатуров Г. Технология целеполагания урока.
2. Долгоруков А. Целеполагание в бизнесе.
3. Неудакин В. Формирование целеполагания учащегося как механизм преемственности ценностей.
4. Пашкевич А. Урок в условиях ФГОС. Целеполагание.
5. Работы учащихся ФГУФК г. Челябинска. Факторы успешности деятельности тренера и спортсмена. 2009—2015г.

Кулагина Е.А.
г. Челябинск

НЕТРАДИЦИОННЫЕ ТЕХНИКИ РИСОВАНИЯ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ МЕЛКОЙ МОТОРИКИ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

С самого рождения дети осуществляют разнообразные движения. Именно с помощью движений ребенок приобщается к окружающему миру. Постепенно он учится

сидеть, ползать, вставать, ходить, прыгать, бегать. Однако ведущую функцию в контакте с предметным миром у ребенка выполняют руки.

Мы знаем, что за координированные движения мелких мышц пальцев и кистей рук, за способность манипулировать мелкими предметами, а также выполнять задачи, требующие скоординированной работы глаз и рук, отвечает мелкая моторика. «Она взаимодействует с такими высшими свойствами сознания, – отмечает В. Кудрявцев, – как внимание, мышление, оптико-пространственное восприятие (координация), воображение, наблюдательность, зрительная и двигательная память и речь» [1].

Действительно, взаимосвязь между уровнем развития мелкой моторики и уровнем речевого развития была доказана М.М. Кольцовой в семидесятых годах прошлого столетия. Научное обоснование этой связи заключается в анатомической близости участка коры головного мозга, отвечающего за речь и центра, руководящего пальцевой моторикой.

Дети с плохо развитой мелкой моторикой с трудом держат ложку, карандаш, а шнурование ботинок и застегивание пуговиц вызывает у них трудности. Им трудно собирать разбросанные игрушки, конструктор, мозаику или клеить аппликацию. Из-за этого дети зачастую чувствуют себя неспособными в простых действиях, которые доступны сверстникам. У них понижается самооценка и ухудшается эмоциональное состояние.

С целью определения уровня развития мелкой моторики у детей дошкольного возраста нами была проведена диагностика на базе детского сада комбинированного вида № 43 «Солнышко» в г.Златоусте по методике Н.И. Гуткиной «Домик». В ней принимали участие 10 человек – дети средней группы детского сада в возрасте 4–5 лет. Задача детей заключалась в срисовывании рисунка, отдельные детали которого составлены из элементов прописных букв. Полученные нами данные позволили сделать вывод, что у 60% обследованных детей среднего дошкольного возраста наблюдается низкий уровень развития мелкой моторики: тонкие движения пальцев рук не скоординированы, отсутствует точность и ловкость движений, а к концу выполнения задания пальцы становятся неловкими и напряженными. Только у 20% ребят был выявлен средний уровень развития мелкой моторики, тем не менее, движения были слабо скоординированы, неуверенны, ребенку было трудно регулировать силу пальцев рук при нажиме. Высокие показатели развития мелкой моторики у диагностированных детей обнаружены не были. Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что у большинства детей дошкольного возраста наблюдается низкий уровень развития мелкой моторики.

В дальнейшем низкий уровень развития сложнокоординированных движений рук у детей может вызвать трудности в процессе школьного обучения, а также при выполнении множества бытовых действий. Поэтому как воспитателям, так и родителям необходимо включать в деятельность ребенка разнообразные игры, упражнения и занятия по развитию мелкой моторики.

Дети в дошкольном возрасте выражают высокий познавательный интерес к окружающему их миру, исследуя свойства и качества предметов, они пользуются разнообразными обследовательскими действиями: группируют объекты по количеству, форме, размеру, цветам, а также умеют составлять целое из частей.

Именно с дошкольного возраста начинается работа по приобщению детей к изобразительной деятельности – как к её восприятию, так и к самостоятельному созданию нового образа, который отличается оригинальностью, вариативностью и неповторимостью. Изобразительная деятельность способствует развитию мелкой моторики, овладению связной речью и обогащению словарного запаса. В процессе неё формируются нравственно-волевые качества, дети учатся сосредотачиваться, доводить начатое дело до конца, развивается ручная умелость и зрительно-двигательная координация, которые необходимы для подготовки ребенка к овладению письмом. В свою очередь, рисунок как продукт деятельности ребенка позволяет выявить основные характерные проблемы, с которыми сталкивается ребенок в процессе изобразительной деятельности, а также найти правильный подход к их решению.

После проведенной диагностики нами были подобраны разнообразные нетрадиционные техники рисования, способствующие развитию мелкой моторики детей дошкольного возраста, так как интерес детей привлекают такие способы рисования, ребята всегда стремятся к чему-то новому и необычному.

Нетрадиционные техники – это стимул к развитию воображения, творчества, проявлению самостоятельности, инициативы, выражения индивидуальности. Нетрадиционные техники подразумевают использование материалов, инструментов, способов рисования, которые не являются общепринятыми, привычными и широко известными. К таким относятся: рисование пальчиками, рисование методом тычка, кляксография, рисование по сырой бумаге, рисование песком, техника выполнения витражей «клеевые картинки», набрызги, оттиск пробой, граттаж, рисование пластилином и другие. Доступность использования нетрадиционных техник определяется возрастными особенностями дошкольников. Так, например, начинать работу в этом направлении следует с таких техник, как рисование пальчиками, ладошкой, рисование песком и т.п., но в старшем дошкольном возрасте эти же техники дополняют художественный образ, создаваемый с помощью более сложных: кляксографии, монотипии, граттажа и т.п. В свою очередь, рекомендуется использовать на занятиях по изобразительной деятельности музыкальное сопровождение, что способствует созданию ребенком выразительного художественного образа.

Нетрадиционная изобразительная деятельность включает в себе большие возможности: это средство умственного, моторного, эмоционально-эстетического развития детей, а также совершенствования психических функций: зрительного восприятия, воображения, памяти и мыслительных операций.

Значение развития мелкой моторики в дошкольном возрасте огромно, оно составляет фундамент умственного развития ребенка и формируется в тесной связи с расширением его деятельности и приобщения к окружающему миру. Развитие мелкой моторики ребенка влияет на становление речи, улучшает умственную активность и работоспособность ребенка, а также является одним из ведущих показателей психологической готовности к школе. В современном обществе с появлением новых технологий и изобретений возникает необходимость изменять, совершенствовать методики и способы развития будущего поколения, поэтому проблема развития мелкой моторики детей дошкольного возраста нетрадиционными техниками рисования на сегодняшний день не теряет своей значимости.

Библиографический список

1. Кудрявцев, В. Двигательное воображение / В. Кудрявцев // Дошкольное воспитание. – 2010. – № 3. – С. 44-49.
2. Давыдова, Г.Н. Нетрадиционные техники рисования в детском саду Ч.1. / Г.Н. Давыдова. – М.: Скрипторий, 2007. – 80 с.
3. Запорожец, А.В. Избранные психологические труды. Развитие произвольных движений / А.В. Запорожец. – М.: Педагогика, 1986. – 296 с.

Ключникова А.К.
г. Челябинск

ОСОБЕННОСТИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ ПЕДАГОГОВ

Изменения в экономической, политической, социальной и духовной сферах, происходящие в последние десятилетия в мире, предъявляют все более высокие требования к педагогу, его интеллектуальному, профессиональному уровню развития способностей и умений, а так же личностным особенностям специалиста. Для того чтобы обеспечивать и поддерживать высокий уровень деятельности педагогического персонала в

образовательных учреждениях, необходимо обратить внимание на такой психологический аспект, как эмоциональное выгорание педагогов разных категорий.

Можно предположить, что синдром эмоционального выгорания, характеризующийся эмоциональной сухостью педагога, расширением сферы экономии эмоций, личностной отстраненностью, игнорированием индивидуальных особенностей учащихся, оказывает достаточно сильное влияние на характер профессионального общения учителя. Данная профессиональная деформация мешает полноценному управлению учебным процессом, оказанию необходимой психологической помощи, становлению профессионального коллектива.

Многие педагоги отмечают у себя наличие психических состояний, дестабилизирующих профессиональную деятельность (тревожность, уныние, подавленность, апатия, разочарование, хроническая усталость). А перед учителем, как известно, стоит стратегическая задача воспитания новой личности, способной обеспечить не только собственное жизнестворчество, но и разумную жизнедеятельность других людей, государств и всей планеты. Считем эту тему актуальной, так как от молодого поколения зависит будущее нашей страны и общества в целом.

Синдром профессионального выгорания – это неблагоприятная реакция на рабочие стрессы, включающая в себя психологические, психофизиологические и поведенческие компоненты. По мере того как усугубляются последствия рабочих стрессов, истощаются моральные и физические силы человека, он становится менее энергичным, ухудшается его здоровье. Истощение ведет к уменьшению контактов с окружающими, а это, в свою очередь, – к обостренному переживанию одиночества. У «сгоревших» на работе людей снижается трудовая мотивация, развивается безразличие к работе, ухудшаются качество и производительность труда [1, 336].

Общее признание феномена профессионального выгорания закономерно породило вопрос о факторах, способствующих развитию или, наоборот, тормозящих его. Чаще эти факторы называют внешними и внутренними или организационными и личностными [2, 90-93]. Некоторые авторы выделяли и третью группу факторов, рассматривая содержательные аспекты деятельности как самостоятельные. Так, Т.В. Форманюк выделяет: «личностные, ролевые и организационные факторы» [3, 57].

На основании исследования можно сделать вывод о том, что на развитие синдрома эмоционального выгорания оказывают влияние как личностные, так и организационные факторы и эти факторы взаимно усиливают друг друга.

Поэтому считаем целесообразным обратить внимание на эту очень важную проблему, так как эмоциональное выгорание оказывает негативное влияние не только на самих педагогов, на их деятельность и самочувствие, но и на тех, кто находится рядом с ними. Это и близкие родственники, и друзья, а также ученики, которые попросту вынуждены находиться рядом, и потому становятся заложниками синдрома.

Для профилактики синдрома эмоционального выгорания приведем практические рекомендации, если их соблюдать, то можно предотвратить возникновение синдрома или снизить степень его выраженности. Заключаются они в следующем: отдыхайте от работы, овладейте умениями и навыками саморегуляции, поддерживайте хорошую физическую форму, старайтесь рассчитывать и обдуманно распределять свои нагрузки, учитесь переключаться с одного вида деятельности на другой, не забывайте про культурный отдых – это посещение театров, кинотеатров, музеев, выставок, концертов и т.д., а самое главное – поддерживайте хорошее настроение, ведь во многом от него зависит, каким будет ваш день.

Библиографический список

1. Водопьянова, Н.Е., Старченкова, Е.С. Синдром выгорания: диагностика и профилактика [Текст]/ Н.Е. Водопьянова, Е.С. Старченкова.-2-е издание.- СПб.: Питер, 2008. – 336 с.

2. Орёл, В.Е. Феномен «выгорания» в зарубежной психологии: эмпирические исследования и перспективы [Текст]// В.Е. Орёл.- Психологический журнал. - 2001. - № 1. - С. 90-93.

3. Форманюк, Т.В. Синдром «эмоционального сгорания» как показатель профессиональной дезадаптации учителя [Текст]// Т.В. Форманюк. – Вопросы психологии. - 1994. - № 6. - С. 57.

*Моторин М. С.
Шипилина Н.Б.
г. Златоуст*

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ГОТОВНОСТЬ ПОДРОСТКОВ К ПОЛУЧЕНИЮ ПАСПОРТА ГРАЖДАНИНА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Актуальность и практическая значимость темы исследовательской работы о психологической готовности подростков к получению паспорта гражданина России. Паспорт является одновременно учредительным и регистрационным документом. «Как учредительный документ, он подтверждает достижение человеком определенного возраста и вступление в полноправное гражданство своей страны. Как регистрационный документ необходим государству для учёта своих ресурсов. Получение первого в жизни документа, позволяет осуществлять многие важные права «на свободу передвижения, вступление в брак, открытие банковских счетов, получение лицензий, поступление в вуз, на государственную службу, участие в голосовании, использование авиационного и железнодорожного транспорта и другие.

Чтобы получить больше информации о документе «паспорт» и для ознакомления с особенностями его получения были изучены различные правовые документы.

Цель исследовательской работы: определить, проявляют ли интерес школьники к получению основного документа гражданина России и что знают об ответственности, правах и обязанностях, которые добавляются у подростка, при достижении 14 лет.

Написание исследовательской работы поможет лучше подготовиться к получению паспорта и поделиться полученными знания с учениками 5 - 7 классов, принимавшими участие в анкетировании по теме исследования. Объект исследования: внутренний паспорт, как основной документ, который обеспечивает важные права граждан. Предмет исследования: знания школьников о внутреннем паспорте - основном документе гражданина России.

В работе использованы общенаучные методы: исторический, метод системного анализа, социологический, анкетирование, сравнительно-правовой метод.

Психологическая готовность к получению паспорта формируется через изучение истории внутреннего паспорта в России и узнавание того какие бывают паспорта.

Все события связанные с историей паспорта в России мы поместили в хронологическую таблицу истории паспорта как документа. И выяснили, что паспорт: документ удостоверяющий личность, наличие которого дает возможность свободно перемещаться, реализовывать себя в социальной сфере (поступить в ВУЗ, устроиться на работу и т.д.), участвовать в голосовании, получить при наличии паспорта иные необходимые документы, открыть лицевой счет в банке.

Самым большим открытием было то, что паспорта могут быть разных цветов и знать это важно особенно тем, кто будет получать второй паспорт для поездок за границу. Самые распространенные цвета обложек паспортов - это оттенки красного, а еще синего, зеленого и даже черного.

Мы поставили цель: определить, проявляют ли интерес школьники к получению основного документа гражданина России и что знают об ответственности, правах и обязанностях, которые добавляются у подростка, при достижении 14 лет. И выполнили задачу: «провести анкетирование школьников, которые готовятся получать паспорт» (11 вопросов)

Мы проводили прикладное социологическое количественное исследование. В нем приняли участие школьники школы № 25 города Златоуста, которым предстоит получить паспорт гражданина РФ. Данные, полученные в ходе анкетирования, обрабатывались в программе Vortex, которая используется для обработки и анализа первичной информации, собранной в ходе прикладного исследования.

Свою готовность к получению паспорта подтвердили 82%, опрошенных школьников.

Таблица 1

варианты ответа:	ч ел.	%ответивших
Да	36	81,82
Нет	2	4,55
Затрудняюсь ответить	4	9,09
Мне еще рано об этом думать	2	4,55
Итого:	44	100,00

Диаграмма 1

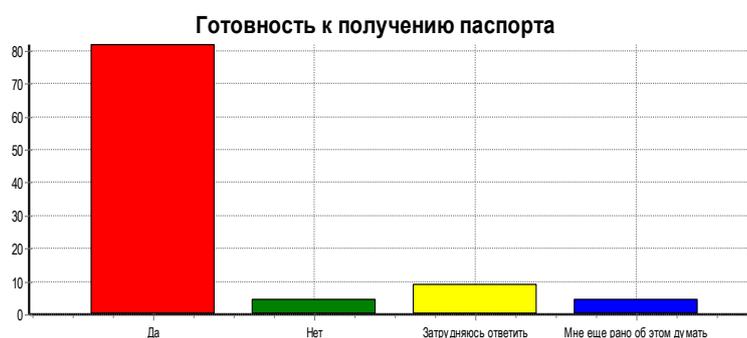


Рисунок 1. Показатели готовности к получению паспорта

На вопрос: «Знаете ли Вы, каким документом является паспорт?» наши респонденты дали ответ, что это документ удостоверяющий личность гражданина (таблица 2)

Таблица 2

варианты ответа:	че л.	% ответивших
Основным документом	3	6,82
Удостоверяющим личность гражданина РФ	39	88,64
Главным документом	1	2,27
Единственным документом	1	2,27
Итого:	44	100,00

Диаграмма 2

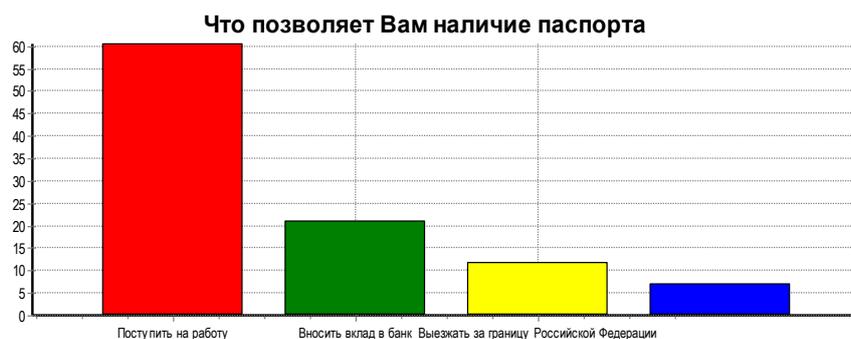


Рисунок 2. Распределение ответов на третий вопрос

Удостоверяющим личность гражданина РФ, считают паспорт почти 89%. И 60,5% думают, что наличие паспорта позволит им поступить на работу, а совершеннолетие с получением паспорта не связывают.

Диаграмма 3

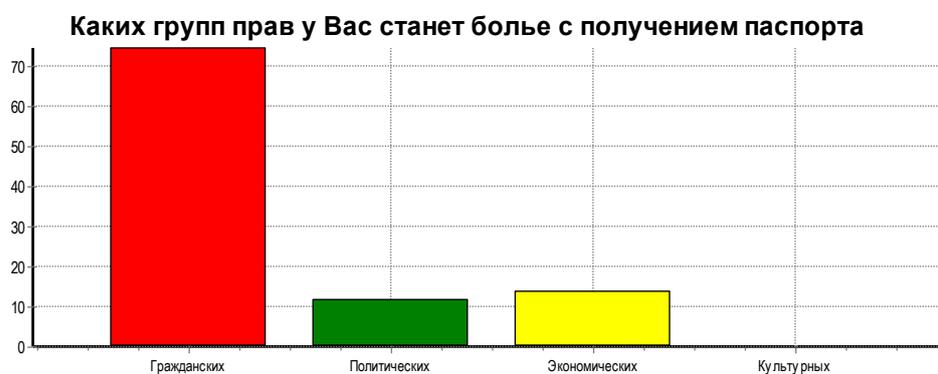


Рисунок 7 Распределение ответов на четвертый вопрос

Рассматривая вопрос о том, каких прав станет больше получили ответ, что гражданских прав (74%). Наверно гражданскими правами ученики посчитали права закреплённые Конвенцией о правах ребёнка (право на имя, на честь и достоинство и т.д.). Экономические права на 2 месте 14% [1, 2].

Анализ ответов на 11 наших вопросов, позволил нам определиться какие темы нужно затронуть при подготовке встречи с сотрудниками паспортного стола и продолжить исследовательскую работу на тему, расширяющую правовые знания. Например, о противоправных действиях или бездействиях.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации // [текст]: Собрание законодательства Российской Федерации. 1994. - № 32. - Ст. 3301; 1996. - № 5. - Ст. 410
2. Конвенция о правах ребенка 1989 года // [текст]: Ведомости Съезда Народных Депутатов СССР и Верховного Совета СССР. 1990. - № 45. - Ст. 955.
3. Конституция Российской Федерации 1993. // [текст]: Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 г. / Российская газета, № 237, 25.12.1993.
4. Нормативные акты: Возраст совершеннолетия. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" [текст]: от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 13.07.2015)

**Моторина А.А.
Василенко Е.А.
г. Челябинск**

СОТРУДНИЧЕСТВО ШКОЛЫ И СЕМЬИ В РАЗВИТИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ У ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Воспитание активности и самостоятельности учащихся необходимо рассматривать как составную часть воспитания учащихся. Эта задача выступает перед каждым учителем в числе задач первоочередной важности.

Начиная с середины 60-ых в отечественной педагогике активно разрабатывались методы, позволяющие в учебном процессе повышать уровень самостоятельной деятельности учащихся от репродуктивной к исследовательской, происходила корректировка содержания учебного материала, постепенно формулируются задачи «обновленной школы». По мере становления системы развивающего обучения происходили изменения в осмыслении сущности самостоятельности. Все большее внимание уделялось мотивационному компоненту в деятельности школьников. Направление идей смещалось с организации самостоятельной деятельности на процесс самостоятельности ученика, с учетом его интересов и возможностей. В процессе обучения все чаще стали применяться различные виды самостоятельной работы учащихся, с помощью которых они самостоятельно приобретают знания, умения и навыки.

М.А. Данилов определяет самостоятельность как «...черты личности: стремление и умение самостоятельно мыслить; способность ориентироваться в новой ситуации, найти свой подход к новой задаче; желание не только понять усваиваемые знания, но и способы их добывания; независимость собственных суждений» [2].

Большинство исследователей отмечают, что развивать самостоятельность необходимо в начальной школе, ведь именно в этом возрасте формируются основные волевые качества личности [2, 3].

Н.А. Половникова обосновывает следующие уровни проявления самостоятельности младшими школьниками: копировально-воспроизводящий, комбинированный и творческий [2].

И.Т. Огородников, обосновывая необходимость самостоятельных работ, рекомендовал следующие виды сочетания деятельности учителя и деятельности учащихся:

- учитель сам не излагает материал, а лишь организует самостоятельную работу учащихся по его изучению;
- изучение нового материала начинается сообщениями учащихся;
- учитель останавливается только на основных вопросах, а второстепенный материал учащиеся изучают самостоятельно;
- учитель даёт лишь введение к теме, а учащиеся под его руководством самостоятельно изучают весь материал [3].

Школа должна активно привлекать родителей к работе с детьми, к участию в школьной жизни своего ребёнка. Это можно делать различными способами, так как существует множество форм работы учителя с родителями:

1. Изучение семьи школьника. Визит в семью – ответственный момент, часто решающий, будут ли родители доверять учителю, прислушиваться к его советам, наладится ли контакт и взаимопонимание в вопросах воспитания ребёнка в школе и в семье.

2. Анкетирование. Содержание анкет зависит от контингента родителей, от целей, от заинтересованности учителя в получении ответов на определённую тему.

3. Беседы (индивидуальные и коллективные). Они во многом помогают родителям в выборе правильного подхода к детям.

4. Родительские собрания – основная форма коллективной деятельности. Классные собрания могут быть построены по-разному. Это может быть семинарское занятие, просмотр и обсуждение кинофильма, деловая игра, диспуты и т.п. При этом может идти

активное обучение родителей методам и приемам, способствующим развитию самостоятельности у детей.

Ю. Гиппенрейтер предлагает использовать на родительских собраниях обучение родителей следующим методам и приемам [1]:

1. **Список дел.** Родители должны составить список дел, с которыми ребенок справляется сам (помещается их в левую колонку) или с помощью (правая колонка); при этом родитель инструктируется не вмешиваться в дела из колонки «Сам»: не торопить ребенка, когда он ими занят, не проверять, сделаны они или нет, позволить ребенку столкнуться с отрицательными последствиями своих действий. При этом не жалеть, не стыдите и не ругать, а выражать сочувствие и надежду на то, что в следующий раз все будет в порядке; в дела из колонки «Вместе с мамой (папой)» вмешиваться настолько, насколько об этом просит ребенок. Но постепенно передавать все большую часть каждого дела ребенку. При этом дела из правой колонки будут постепенно перемещаться в левую, ребенок будет становиться все более самостоятельным.

2. **Маршрут.** Любой самостоятельный выход из дома – будь то поход в школу через дорогу или поездка к бабушке на метро с пересадкой – готовится одинаково. Сначала родители много раз проделывают этот путь вместе с ребенком. Затем, когда маршрут станет привычным, он сам «ведет» или «везет» родителей куда надо. Итоги подведятся в конце пути. Если всё прошло успешно, ребенка можно отпускать одного. Маршрут, по которому вы отпускаете ребенка, должен быть всегда одинаковым, без вариантов.

3. **Подсказки.** Детям постарше наминалки о том, что необходимо сделать, можно заводить в мобильный телефон или компьютер. Детям помладше их нужно вешать на видное место. Можно использовать таймер или будильник, который подаст сигнал о том, что необходимо выполнить работу.

4. **«Легенда»** - игра на запоминание сложных инструкций. У туристов так называется словесное описание отрезка пути: «пройти столько-то шагов на север, повернуть на восток...». Играть можно даже не выходя из дома: пусть ребенок, читая предложенное описание, представляет свой путь и говорит, куда его привела «легенда».

Мы предлагаем использовать в работе с родителями обучение сотрудничеству с детьми в рамках групповой работы, в которой участвуют родители и дети. Семейные «команды» соревнуются, выполняют нестандартные задания; при этом необходимо проявить творчество, действовать спонтанно. Ведущую роль в решении заданий часто играют дети. Такие занятия учат родителей доверять детям, а детей – нести ответственность за действия семейной команды. Такой опыт работы был апробирован в работе с 12 родителями и их детьми в ходе цикла занятий, включающих 10 сессий (продолжительность сессии 2 часа). Результаты контрольного среза выявили существенное изменение как во взаимодействии родителей с ребенком, так и в развитии самостоятельности детей в учебной деятельности.

Обучение родителей приемам развития самостоятельности ребенка, развитие опыта сотрудничества и взаимного доверия родителей и детей дополняет ту работу по развитию самостоятельности в учебной деятельности, которую проводит учитель.

Библиографический список

1. Гиппенрейтер, Ю.Б. *Общаться с ребенком. Как?* / Ю. Б. Гиппенрейтер. - Москва : АСТ : Астрель, 2008. – 238 с.
2. Данилов, М. А. *Воспитание у школьников самостоятельности и творческой активности в процессе обучения* / М. А. Данилов. – М.: Просвещение, 2008. – 82 с.
3. Огородников, И.Т. *Дидактические основы повышения самостоятельности и активности учащихся* / И.Т. Огородников. – М.:Академия, 2004. – 286 с.

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЛИЧНОСТНОЙ АКТИВНОСТИ

«Психологическая компетентность» выходит за рамки психологической грамотности и должна включать профессионально-действенный компонент, личностные установки на восприятие и использование психологической информации.

В нашем контексте психологическую компетентность (от греч. *psyche* – душа и лат. *competens* – соответствующий, способный) мы будем понимать как способность личности к самопознанию и самосовершенствованию.

Психологическая компетентность – это:

- 1) важная ступень к высшему качеству – самоактуализации;
- 2) наиболее оптимальный уровень знаний о психической реальности и умения их применять;
- 3) определенная системная организация сознания, психики человека, включающая, как минимум, следующие части (компоненты):
 - образ мира;
 - направленность, социально ориентированные мотивы;
 - отношение к внешнему миру, к людям, к деятельности;
 - отношение к себе, особенности саморегуляции;
 - креативность, ее особенности;
 - интеллектуальные черты индивидуальности;
 - эмоциональность, ее особенности и проявления;
 - особенности осознания жизненных целей и задач;
 - представление о сложных способностях, сочетаниях личных качеств;
 - осознание того, какие качества важно развивать у себя;
 - представление о своем месте в социуме.

Психологическая компетентность — это свойство личности, обладающей отдельными компетентностями, система, включающая отдельные компетенции:

- исчерпывающие знания о сознании, личности, ее психических проявлениях;
- умение разобраться в любом нестандартном вопросе, относящемся к системе психических явлений;
- умение и способность объяснить явления, связанные с личностными проблемами;
- способность точно анализировать и оценивать пути и способы решения проблемных ситуаций. [4]

Составляющие элементы понятия «компетенция»:

Знания — это набор фактов, требуемых для выполнения работы. Знания как интеллектуальный контекст, в котором работает человек.

Навыки — это владение средствами и методами выполнения определенной задачи. Навыки проявляются в широком диапазоне; от физической силы и сноровки до специализированного обучения. Общим для навыков является их конкретность.

Способность — врожденная предрасположенность выполнять определенную задачу. Стереотипы поведения означает видимые формы действий, предпринимаемых для выполнения задачи.

Усилия — это сознательное приложение в определенном направлении ментальных и физических ресурсов.

Владения—это интегративное состояние, при котором человек способен использовать систему формируемых знаний, умений в решении конкретной задачи.

Личностная активность – это понятиебинарное. По определению «личность» априори «активная, свободная открытая система, способная к гомеостазу, к целесообразному взаимодействию со средой, к адаптации, к генерированию новых структур и подструктур в соответствии с изменившимися обстоятельствами» [3]

Активность — в психологии деятельность, активное взаимодействие с окружающей действительностью, в ходе которого живое существо выступает как субъект, целенаправленно воздействующий на объект и удовлетворяющий таким образом свои потребности. [5]

Активность — определенная, конкретная деятельность индивида.

Активность — состояние, противоположное пассивности (это не всегда актуальная деятельность, а порой только лишь готовность к деятельности, состояние, близкое к тому, что обозначается термином «уровень бодрствования»).

Активность — инициативность, или явление, противоположное реактивности (действие субъекта внутренне вовлечено, а не бездумное реагирование).[2]

Сама по себе активность, без определения направленности и целеполагания, с точки зрения личностного аспекта, не имеет смысла. Если активность неконтролируема, не осознается человеком в процессе его жизнедеятельности, то мы имеем дело с рефлекторной активностью, которая в конечном счете имеет функцию биологического инстинкта.

Уровни личностной активности

Итак, **активность** - это не кратковременный акт проявления, выражения личности, ее позиции. **Активность** — это осознанное разрешение субъектом проблем его жизнедеятельности, даже при отсутствии выраженных форм действия, поведения. Пространство «активность – пассивность» существует как поле борьбы мотивов, выбора форм действий, утверждения принципов и т.д., где пассивность занимает важное место в выработке позиции субъекта. Активность/пассивность представляет собой сложно-структурированное состояние, присущее в разных формах каждому индивиду. Поэтому очень важно различать разные типы, уровни и формы проявления активности.

При рассмотрении личностной активности выделяются и анализируются самые разные ее уровни и типы:

- физиологический (Владимир Бехтерев, Иван Павлов, И.М. Сеченов, Л.А. Ухтомский и др.);

- психофизиологический (К. Анохин, Н.А. Бернштейн, М.В. Водунов, Э.А. Голубева, А.И. Крупное, А.Р. Лурия, В.Д. Небылицын);

- психический (Михаил Басов, Лев Выготский, Алексей Леонтьев, В.Н. Мясищев, Сергей Рубинштейн, Дмитрий Узнадзе и др.);

- социальный (К.А. Абульханова-Славская, А.Г. Асмолов, Б.Ф. Помов, Е.В. Шорохова и др.);

- субъектный (В.А. Петровский, В.И. Слободчиков, В.О. Татенко, В.Э. Чудновский).

Так, Ананьев Б.Г. выделял три основные формы человеческой активности: познание, трудиобщение, которые проявляются в процессе жизнедеятельности в связи с решением определенных задач, в конкретных поступках.

Как особая форма активности, выделяется техническое и научное творчество, рассматриваемое многими исследователями (Э.С. Чугунова, Е.С. Кузьмин, А.Л. Журавлев, А.И. Китов, Б.Ф. Ломов и др). [2]

В течение жизни личности активность приобретает различную направленность в связи с ориентацией на конкретные достижения или высокие духовные ценности. Она зависит как от внутренних предпосылок, так и от внешних условий.

Индикация активности коррелирует с проявлением социально-психологической компетентности как условие поддержания витальности: чем выше уровень развития социально-психологической компетентности, тем оптимальнее расходуется энергетический ресурс для достижения результата.

Корреляция индикации личностной активности и проявление социально-психологической компетентности

Таблица 1

Индексличностной активности	Проявление социально-психологической компетентности
Временная фаза (логический период событий), требующая максимальной активности	Самоактуализация: оптимальный локус контроля, концентрация внимания на дело.
Формы активности: развитие-предотвращение, ускорение-торможение событий	Оптимальный уровень знаний о психической реальности и умения их применять: управление личностной активностью с целью балансирования и оптимизации гомеостаза
Влияние личностного (субъективного) на внешнее (объективное)	Системная организация сознания: осознанность и принятие ответственности за дело
Независимость объективного от влияния субъективного (например, смерть)	Системная организация сознания: осознанность неизбежного. Оптимальный уровень знаний о психической реальности и умения их применять: методы психорегуляции
Векторная направленность личностной активности: параллельный или встречный характер движущим силам событий	Самоактуализация: понимание сути происходящего и видение перспектив развития
Внешний результат и внутренние последствия с точки зрения возрастания или падения активности личности	Оптимальный уровень знаний о психической реальности и умения их применять: осознанность влияния внутреннего и внешнего, субъективного и объективного, внутриличностного и межличностного взаимодействий
Внешний и внутренний результаты активности могут не совпадать во времени	Оптимальный уровень знаний о психической реальности и умения их применять: регуляция скорости внутренних удовлетворенности относительно результатам внешней активности
Наличие внешнего результата не само по себе ведет к росту активности: у одних в силу чувства адекватности активности делу, задаче, у других в силу чувства своевременности, у третьих по принципу контраста и парадокса «чем хуже, тем лучше».	Самоактуализация: оптимальное управление личностной активностью, адекватная трата витальной энергии, направленной на достижение результата

Именно **личностная активность** характеризуется направленностью на достижение конечного результата, который должен привести к чувству удовлетворения как от достижения результата, так и процесса.

Таким образом, компонентами личностной активности являются: направленность на достижение конечного результата; чувство удовлетворения; чувство выполненного долга и утверждение себя в осуществляемой деятельности.

Реализация личностной активности в своей основе зависит от уровня эффективного развития социально-психологической компетентности.

Библиографический список

6. Абульханова-Славская, К. А. О путях построения типологии личности [Текст]/ К.А. Абульханова-Славская. // Психологический журнал. - 1983. - Том4 №1 январь-февраль.-С.14-29.

7. Коверзнева, И.А. Психология активности и поведения[Текст] / И. А. Коверзнева. – Минск: МИУ, 2010. – 316 с.

8. Козлов, В. В. Интегративная психология: Пути духовного поиска, или освящение повседневности / В. В. Козлов [Текст]. - М.: Издательство института психотерапии, 2007. – 528 с.

9. Литке, С.Г. Анализ понятия «социально-психологическая компетентность [текст]: Мир науки, культуры, образования. Международный научный журнал. Июнь 2014, № 3[46] – Горно-Алтайск, 2014. – 432 с.

10. Свободная энциклопедия Википедия, статья Активность (психология)[https://ru.wikipedia.org/wiki/Активность_\(психология\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Активность_(психология)) (Дата обращения 07.04.2016)

*Парфенова П.С.
Гильманова Р.К.
Шипилина Н.Б.
Литке С.Г.
г. Златоуст*

СЧАСТЛИВЫЙ ЖИЗНЕННЫЙ СЦЕНАРИЙ СОВРЕМЕННОГО ЮНОШЕСТВА

Вопрос о том, как построить счастливый жизненный сценарий начинает волновать подростков задолго до того, как они определяются в своих личностных и профессиональных перспективах. Поэтому объект нашего исследования: личностная направленность старшеклассников МАОУ СОШ №34 и студентов ГБОУ ПОО «ЗТТиЭ» в построении счастливого жизненного сценария. Предмет исследования: Счастливый жизненный сценарий старшеклассников школы и студентов техникума. Цель исследовательской работы: определить особенности построения счастливого жизненного сценария старшеклассников МАОУ СОШ №34 и студентов ГБОУ ПОО «ЗТТиЭ». Гипотеза исследования: готовность юношей и девушек к построению счастливого жизненного сценария зависит от принятия личностью жизненных ценностей и развития личностных качеств. Сформированность счастливого жизненного сценария обусловлена особенностями направленности личности юношей и девушек.

Представления человека о счастье входят в смысложизненную систему его ценностей и выражают его сущностное отношение к миру. Как видим, единства в понимании счастья нет до сих пор. Некоторые ученые выделяют также науку «фелицитологию» (лат. felicitas счастье), учение о достижении счастья. Свою лепту вносят психофизиологи, утверждающие, что феномен счастья может быть тесно связан с так называемыми «гормонами счастья» — эндорфинами, серотонином и дофамином.

Связь между понятиями «счастье» и жизненный сценарий также интересует ученых разных стран. Западные социологи в последнее десятилетие исследуют, насколько

счастье вписывается в жизненный сценарий людей. Эти исследования не носят научного характера, но они интересны. Не одно столетие ученые утверждают, что человек живет по определенному сценарию. Из воздействий окружающего мира у человека на сознательном и подсознательном уровне формируется некое послание, некая программа, которая управляет его жизнью.

Эрик Берн, автор книги «Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры», определяет сценарий – как постоянно действующий жизненный план, созданный в детстве под воздействием родителей. Это психологическая сила, подталкивающая человека к его судьбе, независимо от того, сопротивляется ли он или подчиняется добровольно [2]. Сценарий предполагает: 1) родительские указания; 2) подходящее личностное развитие; 3) решение, принятое в детстве; 4) реальную заинтересованность в каком-то особенном методе успеха или неудачи; 5) убеждающую установку или правдоподобия. Для многих людей книги Э. Берна стали настольной книгой. Если систематизировать сценарии, то выделяются три основных типа: сценарий Победителя, сценарий проигравшего и банальный сценарий. К особенностям любого сценария относится то, что человек играет выбранную роль на микроуровне каждый день.

Расшифровать алгоритм изменения и управления своими жизненными сценариями способствуют исследования, проведенные в данной работе. В исследовании участвовали учащиеся 11 классов МОУ №34 г. Златоуста (37 респондентов) и студенты ГБОУ ПОО «Златоустовский техникум технологий и экономики» (1-2 курс - 39 респ., 3 курс –24 респ., всего 100 респондентов). Возраст респондентов от 17 до 20 лет. Все респонденты находятся на стадии осмысленного формирования жизненного сценария, им предстоит сделать его счастливым.

В основу исследования положена методика определения жизненного сценария и уровней счастья (автор психолог Александр Молярук) [5] и Анкета счастья из книги Марси Шимофф и Кэрол Клайн («Книга № 1 про счастье») [6]. Методика Н. Пезешкиана «Балансная модель счастья», позволяющая считать человека в полной мере счастливым в русле позитивной психологии, которая определяет счастье как гармонию, состояние баланса в четырех сферах жизни [7]. Направленность личности рассматривается с помощью методики И.Д. Егорычевой как причинно-следственная связь доминирующих отношений, социальных установок, смыслообразующих мотивов ведущей деятельности, личностного смысла, жизненной позиции личности, личностных ценностей, характеризующих жизненный сценарий подростка [3]. На первом этапе исследовали уровень счастья респондентов. Тест позволяет рассмотреть связь между жизненным сценарием и уровнями счастья.

Представлены результаты исследования в диаграмме 1 и 2



Рисунок 1. Уровень счастья.

Как видим, высокий уровень счастья отметили студенты 1-2 курсов, значительно ниже получились результаты у школьников. В первом тесте рассматривался центр круга и то, как респондент умело распределяет свою активность в сферах: деятельность, тело, и смысл. Школьники более активны, баланс активности составляет – 66%, у студентов 1-2

курсов - 61,5%, студентов 3 курса только 37,5%. При этом, все респонденты показывают снижение внимания в сфере реальных контактов (общения).



Рисунок 2. Результаты проективного теста «Гармония и сбалансированность жизни»

Во втором тесте обратили внимание на один момент, это проявление энергичности и оптимизма. Показатели оказались выше у студентов 1-2 курса, чем у школьников и студентов 3 курса. Результаты представлены в диаграмме 3.

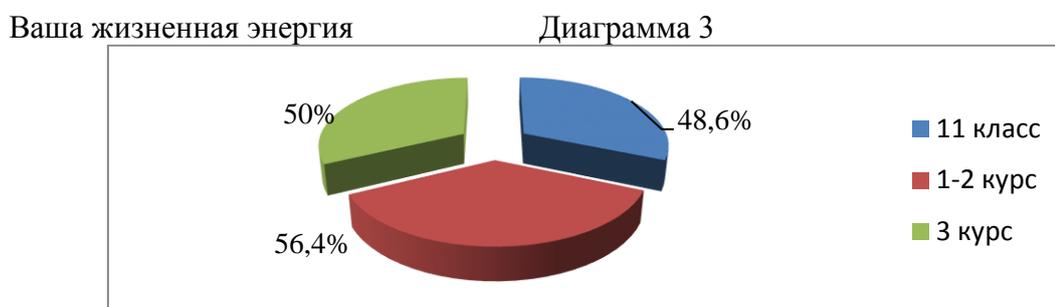


Рисунок 3 Результаты проективного теста «Ваша жизненная энергия»

Результаты первых двух исследований побудили проведение исследования личностной направленности подростков, влияющих на счастливый жизненный сценарий.

В отечественной психологии направленность личности активно изучается в различных аспектах. «Направленность личности - это система устойчиво характеризующих человека побуждений (что человек хочет, к чему стремится, так или иначе понимая мир, общество; чего избегает, против чего готов бороться). При этом одни из компонентов являются доминирующими, в то время как другие выполняют второстепенную роль»[3]. А.Г. Асмолов отмечает, что ведущим компонентом структуры личности, ее системообразующей характеристикой является направленность личности [1].

В нашем исследовании показатели гуманистической направленности у студентов 1-2 курсов оказались выше, чем в других группах. В жизненном сценарии гуманистическая направленность (Я+, О+) означает положительное отношение к жизни, выражается позицией «я-хороший, ты-хороший», приятием личностью себя и другого (общества) как целого, терпимом отношении к прошлому, в осознании значимости себя и другого как субъекта деятельности, общения, в удовлетворенности социальным статусом, внешним обликом, в вере в осуществимость целей и т.д. Главная ценность для человека с такой направленностью – личность. Показатели эгоцентрической направленности (Я+, О-) тоже выше у студентов 1-2 курсов, значительно ниже у студентов 3-х курсов. При эгоцентрической направленности в центре внимания личности находится она сама, вся ее активность сосредоточена на себе, собственных интересах, проблемах; личность стремится к признанию обществом ее особой ценности. Основной ценностью для

человека с такой направленностью является он сам, его мысли, его суждения, его интересы, его деятельность, результаты его труда.

Таким образом, в результате проведенного исследования сложилась следующая картина: ближе всего к счастливому жизненному сценарию студенты 1-2 курсов. У школьников – более гармоничное и сбалансированное отношение к сферам жизни. Это объясняется тем, что именно они, по сравнению со студентами техникума, находятся перед жизненным, профессиональным выбором. При выборе гуманистической направленности они не стремятся к автономии, признавая право каждого на свободное самоопределение, причем как индивидуально, так и в рамках группы. Особенно такая характеристика проявляется при анализе методики Н. Пезешкиана.

Особенности работы с упражнением «Колесо счастья».



Рисунок 4. Модель баланса

Упражнение разработано на основе модели баланса («Кристалл Пезешкиана») и модели Литке С.Г. «Колесо Счастья» с целью определения, что сейчас происходит и что нужно изменить в своей жизни. Далее, подумать, сколько сил, времени, энергии, человек вкладывает в каждую из 4-х сфер своей жизни, исходя из того, что на все у человека 100%. За модель счастья взят круг, как наиболее совершенное пространство (см. рис. 5). Для образца представлен распечатанный бланк «Колесо счастья». Круг условно разделен на 4 сектора, включающих компоненты, составляющие понятие «счастье» (на основе модели баланса Н. Пезешкиана).

Результаты исследования показали, что уровень счастья, гармоничного проявления личностной направленности подростков связаны воедино и способствуют реализации сценария победителя или неудачника.

Для формирования счастливого жизненного сценария подростка мы рекомендуем: осознанно подходить к выбору траектории построения жизненного сценария; проводить с каждой группой подростков профилактические и коррекционные воспитательные мероприятия, направленные на формирование счастливого жизненного сценария; провести повторное анкетирование в конце учебного года и сделать сравнительный анализ полученных результатов. Для коррекции проблем при построении программы жизненного сценария, представлены буклет и методическая разработка классного часа по методике «Колесо счастья». Следующий этап работы по данной теме - продолжение исследования.

Библиографический список

1. Асмолов А.Г. Психология личности [Текст]: учебник А.Г.-Асмолов. М.:Изд-во МГУ, 1990-367с.

2. Берн Эрик. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры [Текст] // Эрик Берн; [пер. с англ. А. Грузберга]. – М.: Эксмо, (Психология общения) 2011 – 576 с.
3. Егорычева ИД. Личностная направленность подростка и метод ее диагностики // Мир психологии. 1999. № 1. 277 с.
4. Литке, С.Г. Счастливая психология: основы психологической компетентности: учебно-методический комплекс дисциплины / С.Г. Литке, [Текст].— Челябинск: Южно-Уральское книжное изд-во.
5. <http://psymanblog.ru/2012/03/zhiznennyj-scenarij-i-urovni-schastya/>
6. <http://www.e-reading.mobi/book.php?book=147389>
7. <http://www.e-reading.mobi/book.php?book=147389>

*Поделко М.И.
Литке С.Г.
г. Челябинск*

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ СПОРТСМЕНА ПАУЭРЛИФТЕРА

Актуальность данной темы определяется тем, что в наше время спорт привлекает всё больше внимания, как в кругах профессиональных спортсменов, так и среди обычных людей. Среди подростков актуальность спорта возрастает, ещё больше появилось, такое направление как ЗОЖ - Здоровый образ жизни - направление, которое предлагает отказаться от алкогольных, наркотических и других веществ, негативно влияющих на здоровье человека и побуждает заниматься физкультурой, спортом и другой деятельностью, положительно влияющих на здоровье. У людей, которые, занимаются, или когда-либо занимались спортом личностные особенности отличаются от человека, никогда не имевшего отношение к спорту. Спорт не только укрепляет физическое «Я», но и способствует развитию умения ставить цели и планомерно достигать их.

Цель работы: изучить влияние психологических особенностей личности спортсмена пауэрлифтера на жизненную успешность.

Объект исследования: личность спортсмена-пауэрлифтера.

Предмет исследования: психологические особенности личности спортсмена пауэрлифтера.

Пауэрлифтинг – это разновидность тяжелоатлетического спорта, который сформировался из упражнений, которые тяжелоатлеты использовали для увеличения результатов в основных движениях. Первоначально, набор и порядок упражнений отличались от современных — кроме привычных сейчас приседаний, жима лежа, становой тяги, пауэрлифтинг включал сгибания рук со штангой стоя (подъем на бицепс), сидя, жим из-за головы и т. п. Эти «странные», с точки зрения тяжёлой атлетики, упражнения, на рубеже 40-50-х гг. XX в. приобрели популярность на Западе, начали проводиться соревнования. А на рубеже 50-х — 60-х годов XX в. уже начал формироваться пауэрлифтинг в современном его виде. К середине 60-х годов XX в. были определены правила проведения соревнований и стали регулярно проводиться чемпионаты национального уровня.

В конце 1950-х годов XX в. Великобритания имела свой вид пауэрлифтинга, называемый «Strength Set», состоящий из подъёма на бицепс, жима лёжа и приседаний, выполняемых именно в таком порядке. А в 1964 году прошел первый неофициальный чемпионат США (Йорк, штат Пенсильвания). Amateur Athletic Union (AAU) был проведен первый национальный чемпионат в 1965 году, на котором жим лёжа, приседания со штангой, и становая тяга уже были соревновательными движениями.

В ноябре 1972 г. была основана Международная Федерация Пауэрлифтинга (IPF), а через год, в ноябре 1973 был проведён первый чемпионат мира. В 1980 году в Лоуэлле, штат Массачусетс, США женщины впервые приняли участие в чемпионате мира, а в 1989 IPF объединила мужской и женский чемпионаты.

В 1986 был основан Всемирный Конгресс Пауэрлифтинга (WPC), позже появились и другие альтернативные международные организации.

В России пауэрлифтинг начал развиваться с 80-х годов. И на данный момент наши спортсмены являются одними из первых в этом виде спорта.

Пауэрлифтинг (с англ. Powerlifting; в переводе power-сила и lift-поднимать)- это силовое троеборье, силовой вид спорта, суть которого заключается в преодолении максимально тяжёлого веса для спортсмена. Это связано с тем, что в качестве соревновательных дисциплин в него входят три упражнения: приседания со штангой на спине, жим штанги, лёжа на скамье и тяга штанги с пола - которые в сумме дают вес, который является результатом спортсмена.

В пауэрлифтинге, в отличие от бодибилдинга, важны силовые показатели, а не красота тела. Но многие известные бодибилдеры начинали с пауэрлифтинга, либо занимались обоими видами спорта одновременно — Арнольд Шварценеггер, Ронни Коулмэн, Франко Коломбо, из российских спортсменов — Евгений Мишин, Андрей Сорокин, Сергей Шелестов и др.

На соревнованиях по пауэрлифтингу складывается сложная психологическая обстановка которая зависит от взаимодействия между спортсменами и тренерами, судьями и другими спортсменами. Для многих также важна реакция зрителей и ряд других факторов. Однако результат спортсмена зависит, прежде всего, от самого спортсмена, его физической, тактической и психологической подготовки. Так как пауэрлифтинг является не командным видом спорта, а единоборством спортсмен в нём не может положиться ни на кого кроме себя. На тренировках спортсмен должен научиться, не бояться веса, он должен с каждым разом увеличивать свой лучший результат не только для того что бы укрепить мышцы но и для того что бы быть психологически подготовленным к подъёму больших весов. Однако на соревнованиях спортсмен не должен первой же попыткой идти на максимальный вес. Первой попыткой спортсмену нужно брать тот вес который он может выполнить не зависимо от начального веса его соперников, вторая попытка должна быть чуть меньше личного рекорда спортсмена, а третья попытка это взятие личного рекорда или же если идёт борьба между спортсмена попытка взятия веса который превысит вес поднятый соперником.

Известный спортивному миру пауэрлифтер и преподаватель, профессор Фред Хэтфилд, высказал однажды полезные мысли относительно того, как атлет должен рассматривать предоставленные ему попытки.

Первая должна быть использована для прочувствования обстановки на помосте — отягощения, судей, реакции публики и просто для того, чтобы избавиться от нервозности. Ни в коем случае атлет не должен начинать с веса, большего, чем 95 % от его максимального результата.

Второй попыткой должен быть вес, в покорении которого атлет абсолютно уверен. Это около 98 % от его максимума.

Третья попытка может быть абсолютным максимумом атлета. Хэтфилд предупреждает, что все эти исчисления следует делать с учетом поправки на то, регулировал ли спортсмен свой вес перед соревнованиями, чтобы войти в другую весовую категорию.

Так же очень важно тренироваться по правильно разработанной программе – «На определенном этапе тренировок каждый спортсмен подходит к такому состоянию, когда результат уже не растёт при обычных нагрузках. Простое увеличение количества тренировок и количества подходов к росту результата не приводит. Как быть в этой ситуации? Вот здесь-то и необходим научный подход к решению этой проблемы». (В.Л.

Муравьев «Пауэрлифтинг») Муравьев создал определённый подход к тренировкам, он придумал циклирование нагрузок в пауэрлифтинге. То есть он по нынешнему результату спортсмена рассчитывал веса, которые спортсмен должен был выполнять в течение определённого времени, благодаря такой методике спортсмен замечал рост его силовых показателей. Что ему давало уверенность в его силах на соревнованиях. Ещё одной особенностью является так называемый «кураж» то есть способность выходить за пределы обычных своих возможностей - эта способность у каждого индивидуальна в зависимости от психики одни спортсмены, молча, мобилизуются на поднятие максимального веса другие заводят себя криком но конечной целью является достижение примерно такого психического состояния как у солдата в бою. Когда отступать не куда и нужна только победа. Конечно, физическая деятельность развивает такие черты личности, как настойчивость, упорство, инициативность, стремление постоять за себя. Они практически не зависят от вида деятельной активности.

1. При занятиях спортом объектом сознания и деятельности человека является его собственное тело, его движения.

2. Спортивная деятельность связана с очень интенсивными и даже максимальными физическими и психическими напряжениями.

3. Спорту присуща борьба за высшие достижения – соревнование, причем только в спорте она преследует цель достижения победы.

Наиболее типичными для спортсмена чертами характера являются: эмоциональная устойчивость, стремление к лидерству, склонность к риску, расчётливость, новаторство, самоконтроль, общительность.

Личность спортсмена пауэрлифтера определяет не только его спортивную успешность, но и жизненную стратегию, его успешность в различных жизненных ситуациях. Во второй части нашего исследования мы планируем провести научно-исследовательский эксперимент, доказывающий нашу гипотезу.

Библиографический список

1. Козлов, В. В. Интегративная психология: Пути духовного поиска, или освящение повседневности / В. В. Козлов [Текст]. - М.: Издательство института психотерапии, 2007. – 528 с.

2. Литке, С.Г. Анализ понятия «социально-психологическая компетентность [текст]: Мир науки, культуры, образования. Международный научный журнал. Июнь 2014, № 3[46] – Горно-Алтайск, 2014. – 432 с.

3. Шейко,Б.И. «Пауэрлифтинг от новичка до мастера» - М, 2013.

Позднякова Н.Н.

Литке С.Г.

г. Челябинск

ФИЛОСОФСКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ САМОВЫРАЖЕНИЯ ХУДОЖНИКА ПОСРЕДСТВОМ ПРОСТОТЫ ИЗОБРАЖЕНИЯ В РИСУНКЕ

Простота есть необходимое условие прекрасного...

Л.Н. Толстой

Ускорение жизни в современном обществе детерминирует потребность человека экономить временные ресурсы. Очевидно, что проявляется тенденция к упрощению в жизни, в творчестве, в искусстве.

Художники используют простые элементы, создают сложную композицию изображения. С одной стороны, социокультурный запрос общества к художественным произведениям не всегда совпадает створческими потребностями художника: гениальные

художественные произведения часто отличаются простотой изображения рисунка, с другой стороны творцу важна социально-общественная оценка его творения: простота творений гения не всегда бывает оценена своевременно, соответственно не востребована современниками.

Цель нашего исследования: определить закономерность сути истинной простоты рисунка и гениальности ее автора на примере НикоПиросмани, Поль Гогена, Поль Сезанна.

Задачи исследования:

1. Проанализировать философскую, психологическую, методологическую, справочную литературу по проблеме исследования сущности понятия «простота».

2. Выявить в процессе анализа информационных источников параметры простоты жизни в философско-психологическом аспекте.

3. Изучить биографические факторы художников, использующих принцип простоты изображения в рисунке на примере НикоПиросмани, Поль Гогена, Поль Сезанна.

4. Проведение социологического исследования понимания сути простоты как философско-психологического понятия будущими преподавателями изобразительного искусства и черчения.

5. Выявить закономерность влияния биографических факторов художников на простоту изображения в рисунке.

Методы исследования: 1) биографический контент-анализ художника, сотворившего гениальные произведения посредством простого рисунка; 2) социологический опрос метод анализа рисунков посредством.

Рассматривая понятие «простота» в контексте философско-психологического аспекта, важно обратиться к основным первоисточникам. Многие авторы единодушны в определении данного понятия. По их мнению, простота - это «глупость, отсутствие ума, скудоумие». Однако Т. Ф. Ефремова, учитывая контекстуальную многокомпонентность значительно расширяет значение этого понятия – «простота», по ее мнению, - это отсутствие сложности; отсутствие вычурности, прикрас; естественность в поведении, обращении; неприхотливость; простодушие, наивность.

Анализируя суть простоты рисунка художника как творческого результата, важно рассмотреть философский и психологический контент-анализ исследуемого понятия.

В контексте философской позиции суть простоты ярче всего отражается в философском континууме дзен-буддизма, где простота - это «естественный результат совершенного развития. Гений обладает способностью видеть и выражать простые явления просто. По-настоящему хороший художник, придерживающийся философии простоты, утверждает всё, используя минимум линий и усилий. Простота – это естественность. Простота заключается в том, чтобы отбрасывать всё несущественное. Совершенная простота - здравый смысл. Совершенная простота здравого смысла – это наиболее прямой и логичный путь. Настоящее совершенство стремится к простоте. Пиком развития является простота. Развитие на полпути представляет украшение. Простоты трудно достичь. Действительно сложно передать всё очень просто. Любое знание не добавляет, оно сводит до минимума, другими словами, отбрасывает ненужное. Это не ежедневное увеличение, а ежедневное уменьшение. Высшая степень развития всегда стремится к простоте».

С точки зрения психологического подхода простота означает не усложнять, или не переусердствовать в чем-либо. Ни в еде, ни в эмоциях, ни в действиях. Все что выше нормы и имеет оттенок чрезмерных усилий - это уже считается сложно, то есть непросто. Когнитивная сфера личности склонна всегда стремиться к сложному, такова суть и функциональное предназначение интеллекта, которому необходимо развитие. Склонность смотреть на мир простым и не обремененным умом - прерогатива детского ума и невинности. Она простительна, потому что обусловлена возрастными

особенностями. Но случается, что ум, достигнув предельной сложности, вдруг обращается к простоте изложения и толкования и «все гениальное оказывается простым». Душевная простота предельно невинна и искренна. Достигается подобная простота огромным усердием воли и самодисциплины, безупречной искренностью и проявленным человеколюбием. Простота - это разумная естественность образа жизни, поведения, неприхотливость, отсутствие высокомерия, важности.

Искусство - образное осмысление действительности; процесс или итог выражения внутреннего или внешнего (по отношению к творцу) мира в художественном образе; творчество, направленное таким образом, что оно отражает интересующее не только самого автора, но и других людей

Самовыражение - желание и стремление выразить другим свои внутренние чувства, убеждения, установки и др.

В психологии метод творческого самовыражения используется для того, чтобы помочь человеку выплеснуть эмоции или разрешить некоторые внутренние проблемы. Поэты и художники стремятся спроецировать на бумагу и холст те эмоции, переживания, которые профицитарны в момент творческого акта: будь то яркая экспрессия или боль, эйфорическая радость или безудержная страсть. Это закономерность: в процессе самовыражения, творческой самореализации психика человека нейтрализует чрезмерные проявления.

Ранжирование параметров простоты мы провели на основании социологического опроса. В опросе приняли участие 50 студентов, обучающихся по специальности учитель изобразительного искусства и черчения.

По мнению респондентов, понятие «простота» включает следующие параметры:

№ ранга по степени важности	Параметры простоты жизни художника
1	Любимое дело (100%) Ценность времени (98%) Вера в себя и свое дело (97%) Сосредоточение на деле (97%)
2	Осознанность (78%) Жизнь в настоящем моменте времени (67%) Нацеленность на возможности (66%)
3	Минимализм (57%) Щедрость (57%) Умеренность в материальных благах (54%) Необходимая достаточность, граничащая с недостатком (46%)
4	Прямолинейность, открытость (55%)
5	Способность к размышлениям и философичность (45%) Уединенность (44%)
6	Ровное настроение (40%)
7	Активность и динамика жизни (33%)
8	Легкость к переменам (21%)

Во всех анкетах были названы имена художников, чьи рисунки, биография, творчество соотносится с понятием «простота»: Нико Пиромани (100%), Поль Гоген (100%), Поль Сезанн (100%). Для контент-анализа мы использовали биографические данные выше перечисленных художников (Таблицы 2, 3, 4).

Контент-анализ жизни Нико Пиромани

Таблица 2

Параметры	Наличие в биографических	Наличие в рисунках
-----------	--------------------------	--------------------

простоты	фактах	
Необходимая достаточность, граничащая с недостатком	Был беден, денег не хватало на еду, ходил в рваной одежде. Часто писал картины за еду.	Постоянно повторяющимся сюжетом творчества Пиросмани являются сцены праздника или пира. Они могут быть частью пейзажа, а могут быть предметом самостоятельного произведения. Эти сцены представляют яркий контраст с полуголодным существованием самого художника.
Умеренность в материальных благах	Свою жизнь провел в нищете и безвестности. Из-за отсутствия денег на бумагу, рисовал на черных и белых клеенках.	Понемногу учился живописи у странствующих художников, расписывавших вывески лавок и духанов. В середине 1880-х годов вместе с художником ГигоЗиашивили, также самоучкой, в Тифлисе открыл мастерскую декоративной росписи.
Активность и динамика жизни	Понемногу учился живописи у странствующих художников, расписывавших вывески лавок и духанов.	Самой любимой и часто заказываемой ему темой было грузинское застолье – возвышенное и благородное, с национальным колоритом, огромными столами и разными яствами, обильными возлияниями и песнями
Минимализм	Он нигде и никогда не учился, но его примитивизм был настоящим, искренним, идущим от внутреннего ощущения жизни и сердца.	В рисунках нет ничего придуманного - все от жизни.
Ценность времени	Мало спал, много работал.	Нико Пиросмани писал, как дышал и дышал, как писал, не задумываясь, в каком стиле он пишет и как оценят критики его картины, и о своей гениальности он тоже не догадывался.
Любимое дело	Пытался выразить то, что творится в его душе. Рисовать он начал сравнительно поздно – примерно с тридцати трех лет, когда, испробовав все варианты жить нормальной жизнью, понял - у него это не получится: как все он жить не только не умеет, но и не хочет.	Герои рисунков - люди, занимающиеся своим делом.
Способность к размышлениям и философичность	В произведениях художника раскрылся особый мир, переданный непосредственно и по-своему глубоко, но в его картинах практически не используется философия. НикоПиросмани писал, как дышал и дышал, как писал, не задумываясь, в каком стиле он	Пиросмани — одаренный анималист. Он писал верблюдов, медведей, ланей и невиданных диких львов. Это фантастические звери, выдуманные Пиросмани, и, что важно, он рисует их по-человечески одухотворенными.

	пишет, и как оценят критики его картины. О своей гениальности он тоже не догадывался.	
Уединенность	Живет в мире своих грез и фантазий. Прославился НикоПиросмани только после смерти. Только после его смерти его объявили новатором, а картины его начали пользоваться успехом.	НикоПиросмани очень любил зверей. Он называл их «друзьями своего сердца». Чаще всего он писал их по памяти.
Сосредоточение на деле	С 1895 года активно занимался живописью, создавая вывески для торговых заведений и декоративные панно. По большей части писал красками собственного изготовления на клеёнке.	Он не мечтает сделаться богачом. Он просто хочет работать, с утра до ночи рисовать свои картины.
Прямолинейность, открытость	Слишком большая любовь покоряет человека.	Искусство НикоПиросмани очень сдержанное, в нем нет буйства фантазии и искусственности, в нем все узнаваемо, просто и торжественно.
Вера в себя и свое дело	Пиросмани брался за любую работу. Путем невероятных усилий он накопил совсем немного денег и открыл живописную мастерскую — решил рисовать вывески для многочисленных тифлиских торговцев. Он был профессиональным художником в том смысле, что жил только на заработки от своих картин.	Картина "Маргарита" Любовь бедного художника была ей в тягость. И хотя Нико любили ничуть не меньше, чем ее, она не могла переступить через себя и ответить благосклонностью. Он пытался завоевать ее с помощью картины, которую так и назвал «Маргарита», потом подкарауливал ее у дома. Она иной раз даже не одаривала его взглядом.
Жизнь в настоящем моменте времени	Своего дома у него не было никогда.	Настоящая жизнь НикоПиросмани проходила в иных мирах, ничего общего с реальной жизнью не имеющих.
Щедрость	За двадцать с небольшим лет он написал почти две тысячи картин, из которых до нас дошло всего около трехсот. Остальные картины были раздарены. Свои картины он раздаривал друзьям, хозяевам духанов, кормившим и поившим его, детям, родным, знакомым.	«Компания заходите» Говорящими у Пиросмани являются и изобразительные детали композиции. Так, например, свисающие под тяжестью лоз ветви винограда указывают на щедрость хозяина и намекают на ожидающее гостя веселье.
Легкость переменам	Однажды он продал все свое имущество, чтобы купить все цветы в Тбилиси для женщины, которую любил. «Я не вижу возможности нести возложенные на себя	Перемена цвета была равносильна перемене самого предмета, его измене самому себе: при всех мыслимых и немыслимых условиях молоко должно было оставаться белым, мясо красным, а

	обязанности без женщины, которую люблю».	трава зеленой, иначе это будет уже не молоко, мясо и трава, а что-то совсем иное.
Ровное настроение	Пироманашвили ничего не сообщил нам о себе сам. Он носил с собой толстую тетрадь и часто делал в ней какие-то записи; тетрадь пропала еще при его жизни.	Картина «Натюрморт» НикоПирасмани, на мой взгляд, очень необычна. Просто полотно с черным фоном, на котором в довольно ровном и правильном порядке размещена огромная куча съестных припасов. Бесчисленное множество. Сразу так и не уловишь, сколько там всего-то помещается.
Нацеленность на возможности	До конца жизни большую часть времени жил в полной нищете, ночевал в подвалах. В 1900 году закончил занятия торговлей и начал зарабатывать себе на жизнь живописью.	Долгое время его творчество вызывало горячие споры и противоречивые оценки.
Осознанность	Предпринял попытку открыть мастерскую художественной росписи вместе со своим другом, тоже художником. Но так как не было заказов, мастерскую пришлось закрыть.	Для Пироманашвили цвет был не случайным и не устойчивым качеством поверхности, зависящим от освещения, состояния атмосферы, удаленности, от оптических иллюзии или от субъективности восприятия, а важным атрибутом предмета, выражением его неизменной сущности.

Контент-анализ жизни Поль Гогена

Таблица 3

Параметры простоты	Наличие в биографических фактах	Наличие в рисунках
Необходимая достаточность, граничащая с недостатком	Гоген легко менял техники и материал. Увлекался он и резьбой по дереву. Часто испытывая материальные затруднения, он был не в состоянии купить краски. Натюрморты художник писал в основном не прибегая к модели. Вот уже действительно сила воображения!	«Натюрморт» Гоген говорит об искреннем отношении к работе, он призывает не к копированию природы, а к живописи, как выражению мысли. Он описывает натюрморт глубже, чем просто фрукты, стоящие на столе. Вместе с тем художник на картине показывает свое искусство, умение творить.
Умеренность в материальных благах	Признание к художнику пришло только после смерти. Нищета, предательство, болезнь и разочарование.	Гоген поселился в обычной таитянской хижине из бамбука, с лиственной крышей. Первое время он был счастлив и написал два десятка картин: «Было так просто писать вещи такими, какими я их видел, класть без намеренного расчета красную краску рядом с синей. Меня завораживали золотистые фигуры в речушках или на берегу моря. Что мешало мне

		передать на холсте это торжество солнца? Только закоренелая европейская традиция. Только оковы страха, присущего выродившемуся народу!»
Активность и динамика жизни	Трудно поверить, что завораживающие эмоциональные пейзажи, портреты, сюжетные композиции создал изнуренный нищетой, болезнями и депрессией, чуть было не приведшей к самоубийству, человек.	Заложенная в цветовом строе динамика находит поддержку в трактовке форм: они не растворяются в световоздушной среде, контуры четко соблюдены, хотя и не акцентированы.
Минимализм	Один из главных представителей постимпрессионизма, близкий к символизму и стилю модерн, использовал синтетические обобщения и упрощение цвета и линий. Он отказался от традиционного западного натурализма, используя природу, как исходную точку к абстрактным фигурам и символам.	Не вырисовывал детали с своих картинах, старался писать одним пятном.
Ценность времени	Это был человек, поистине одержимый искусством: никакие превратности судьбы не могли отвлечь его от живописи, от неутомимых творческих поисков. Гоген интересовался искусством начиная с его детства. В его свободное время он начал красить. В своих последних работах Гоген воплотил образы идеальной жизни вне времени и пространства.	Картина «Ночное кафе в Арле» Особый интерес вызывает портрет женщины: она слышит эти разговоры постоянно, но вместе с тем, она их не слушает, при этом взгляд ее направлен внутрь себя. Оригинально передат момент, подчеркивающий, что между мадам Жину и посетителями кафе нет общих интересов, помог изображенный за спиной женщины табачный дым.
Любимое дело	Его картины не вызвали интереса публики вплоть до последних 10 лет жизни, однако материальная независимость позволяла заниматься любимым делом. Живопись - его хобби.	Картина "Мечта" Восхищаясь красотой и непосредственной природой островитян, жителей Таити, полностью погрузившись в их быт и уклад, Гоген воспевал этот народ в своих картинах – искренне и с огромной любовью. Глядя на этих полуголых девушек, можно себе представить и усмехнуться — какую оторопь они вызвали у аристократической публики.
Способность к размышлениям и философичность	Он видел задачу художника в том, чтобы проникнуть в тайную суть, сокровенный смысл явления и раскрыть его миру. Таити - остров мечты и источник вдохновения.	Фигуры людей, которые он писал с натуры, приобретали символический, философский смысл. В декоративных, эмоционально насыщенных по цвету, статичных по композиции плоскостных полотнах,

		главным образом на темы быта и легенд народов Океании, создал поэтический мир гармонии человека и природы.
Уединенность	Решение сосредоточиться на живописи пришло к Гогену в 37 лет. Работал вместе с Ван Гогом, мечтающим создать братство художников. Однако отношения их кончились ссорой и разрывом.	Испытывая постоянные боли, известный художник продолжал писать яркие картины утопического мира, где человеку не нужно бороться за существование и где он живет в гармонии с природой и самим собой.
Сосредоточение на деле	Увлекательная жизнь художника и удивительное творчество является сочетанием экспериментов, открытий, надежд и вечных поисков. Посвятил себя искусству, оставив свой образ жизни, удалившись от жены и пятерых детей.	Картины, написанные в Океании, словно несут в себе экзотический аромат незнакомого мира и поэтический строй полинезийской культуры и мифологии, открывшиеся Гогену первому из европейских художников. Эмоциональная насыщенность цвета, плоскостность и статичность композиции, органический сплав декоративного и монументального начала, новизна и значительность образов, характерные для произведений Гогена, во многом стимулировали творческие поиски живописцев начала 20 века.
Прямолинейность, открытость	"Искусство – это либо революция, либо плагиат".	"Портрет Ван Гога, пишущий подсолнухи" Портрет исполнен в <u>характерной</u> для Гогена манере. Как много повторяется в нынешних работах разных и различных мастеров — большие декоративные полосы теплых оттенков, четкие, но неровные линии — теперь манеру используют, а Гоген ее изобретал. Но сюжеты и Гоген, и Ван Гог брали из реального мира. Да мир всегда реален, если даже и кажется <u>иллюзорным</u> .
Вера в себя и свое дело	К большому удивлению, непростая жизнь Поля Гогена не сильно повлияла на его творчество. Больше всего картины Гогена ценил ...сам Гоген. В одном из писем к друзьям он писал: "Каждый должен следовать за своей страстью. Я знаю, что люди будут понимать меня всё меньше и меньше. Но разве это может иметь	«Я снова начал работать, и мой дом стал обителью счастья. По утрам, когда всходило солнце, мое жилье наполнялось ярким светом. Лицо Техааманы сияло, словно золотое, озаряя все вокруг, и мы шли на речку и купались вместе, просто и непринужденно, как в садах

	значение?"	Эдема. Я больше не различал добра и зла. Все было прекрасно, все было замечательно».
Жизнь в настоящем моменте времени	Мощный творческий темперамент, властный характер, убежденность в своей правоте, самобытный талант — все это выдвинуло Гогена в лидеры.	В перерывах между приступами головокружения и невыносимых болей медленно создавалась картина, которую потомки назвали его духовным завещанием, легендарная «Откуда мы? Кто мы? Куда мы идем?».
Щедрость	Его щедрость, роскошный образ жизни, который он вел, превращали его дом в подлинную обитель счастья для домочадцев, над которыми он властвовал. Для его творчества в целом характерна какая-то щедрость, избыточность - силы, нервности и необузданности самовыражения.	Картина "Желтый Христос" Гоген даёт новую трактовку цвету. Генеральным цветом картины является — жёлтый, при этом фон и герои не только не сопоставляются, но и сливаются друг с другом. Сам цвет противоречит происходящему – золотой, умиротворённый, радостный, солнечный, именно его живописец выбрал для создания столь эмоционально сложной работы.
Легкость переменам	Маниакальное бегство от цивилизации.Его охватила страсть к перемене мест.	Изображая сочную полнокровную красоту тропической природы, естественных, неиспорченных цивилизацией людей, художник стремился воплотить утопическую мечту о земном рае, о жизни человека в гармонии с природой (“А,ты ревнуешь?”, “Жена короля” “Сбор плодов”)
Ровное настроение	Интерес к мифологии, древним легендам и восточной образной системе делает работы Гогена невероятно таинственными и притягательными.	Горы на Таити Как это часто бывает, изображенные пейзажи, судя по всему, точны, но оставляют впечатление детских каляканий. На самом деле они декоративны. Волшебны. Умиротворяющи. Мир тропических островов на картинах Поля Гогена не насыщен бациллами желтой лихорадки, не зудит малярийными комарами, и прокаженных в нем нет.
Нацеленность на возможности	Полю было совсем неинтересно жить в провинции и скучно. При первой же возможности он покинул дом. Только в творчестве, не тратя время на ненавистные обязанности, он мог быть самим собой.	На Таити его талант обрел удивительную мощь, здесь были созданы его самые прославленные полотна, изображающие свободных прекрасных людей, живущих в

		единстве с щедрой благожелательной природой.
Осознанность	Два года Гоген пытается выбраться из нужды, однако понимая тщетность своих усилий, уходит из семьи, скитается, однако не оставляет живописи, полностью посвятив себя ей. Сегодня Гоген считается художником, оказавшим чрезвычайно большое влияние на современное искусство.	Изображая сочную полнокровную красоту Океании с ее обилием цветов и плодов, Гоген создавал в своих полотнах ощущение первозданного рая, который насыщен солнцем и населен духовно цельными людьми, живущими в гармонии с природой.

Контент-анализ жизни Поль Сезанна

Таблица 4

Параметры простоты	Наличие в биографических фактах	Наличие в рисунках
Необходимая достаточность, граничащая недостатком	Художественные методы и теории Сезанна оказали огромное влияние на формирование новых направлений в живописи 20-го века, таких как — фовизм и кубизм.	Портреты мадам Сезанн, это одни их самых важных творений автора. За свою жизнь их создал он более сорока. Мадам Сезанн – это его супруга, которая была младше художника на одиннадцать лет. Она стала источником вдохновения для создания его полотен.
Умеренность материальных благ	«Работать, ни на кого не оглядываясь, и набирать силу – вот в чем цель художника. А на все прочее – наплевать!».	Материальная весомость красочной фактуры гармонично сочетается в произведениях Сезанна со смелым лаконичным рисунком, конструктивно четкой, пластически обобщенной лепкой формы и ясной уравновешенностью композиции.
Активность и динамика жизни	Невозможно одновременно утверждать и свободу, и каноны. Но те конкретные художественные результаты, которых достигал в своём творчестве Сезанн, были настолько впечатляющими, что вызывали уважение у представителей самых разных направлений в живописи.	Картина "Мужчина с трубкой" На этой картине художник стремится показать свой богатый внутренний мир всем людям, которые его окружают, всю гамму человеческого характера. Глядя на этого не совсем молодого мужчину, мы сразу можем увидеть его усталый взгляд, который стремительно смотрит куда-то.
Минимализм	Представитель <u>постимпрессионизма</u> . Произведения Сезанна несут на себе отпечаток внутренней жизни художника. Они наполнены внутренней энергией притяжения и отталкивания. Сезанн желал конструировать мир, передавать	Все натюрморты Поля Сезанна узнаваемы: при самом простом минимальном наборе предметов (нескольких фруктов, фарфоровых ваз, тарелок и чашек), брошенные на стол нарочито небрежные драпировки с изломами и многочисленными

	его устойчивые, непреходящие черты; его не интересовали динамика окружающей среды и изменчивость цвета в атмосфере.	складками, придают композиции декоративность и неповторимую выразительность.
Ценность времени	«Мне нечего скрывать в искусстве. Только изначальная сила, то есть темперамент, может привести человека к цели, которую он должен достичь».	Он вечно твердил о неспособности «осуществить» собственное видение, всё время сомневался в том, что смог это сделать, и каждая новая картина становилась и опровержением, и подтверждением этого.
Любимое дело	«Я достиг некоторых успехов. Почему так поздно и почему с таким трудом? Неужели искусство и вправду жречество, требующее чистых душ, отдавшихся ему целиком?»	Его картины не вызывали интереса публики вплоть до последних 10 лет жизни, однако материальная независимость позволяла заниматься любимым делом.
Способность к размышлениям и философичность	«Мой метод — это ненависть к фантастическому образу. Я пишу только правду».	«Игроки в карты» Однако здесь игроки используют их сообразно собственной воли. По выражению их профилей можно понять, что герои сосредоточенно обдумывают следующий ход, который может решить не только исход игры, но словно и всю их дальнейшую участь. И это отнюдь не пафос, если учесть, что в карты люди, как правило, играют на деньги, и нередки случаи, когда результат карточной игры определяет судьбу человека.
Уединенность	В своём творчестве художник попытался ценой титанических усилий примирить классику и современность, Пуссена и природу, законы большого стиля и право на индивидуальный выбор. Ежегодно он представлял свои творения в Салоне. Но требовательное жюри отвергало все картины художника. Ущемленное самолюбие заставляло Сезанна все глубже погружаться в работу, постепенно вырабатывая свою собственную манеру.	1900-е гг. отмечены появлением так называемой спонтанной живописи в его творчестве: композиция картины не продумывается заранее, она возникает как бы сама по себе в процессе работы
Сосредоточение на деле	«художник является в большей или меньшей степени хозяином своей модели, а главным образом — своих средств выражения». Призвание, значение которого он уже отчётливо понимал, каждый раз будет возвращать его к страстно любимому занятию.	«Натюрморт с яблоками» так прекрасен благодаря «прекрасной формуле» Сезанна, которую он отыскал самостоятельно. Для мастера цвет и форма были нераздельным целым, он разрабатывает свой собственный стиль и манеру писания фруктов. Данная работа мастера, являясь шедевром,

		заставляет многих зрителей вглядываться в нее еще пристальней.
Прямолинейность, открытость	Не существуют ни линии, ни формы, есть только контрасты. Эти контрасты порождаются не черным и белым, а цветовым ощущением. Форма создается точным соотношением тонов. Когда тона сопоставлены гармонически и без упущений, картина создается сама собой.	Абсолютно прямые линии редки в его картинах: они то изгибаются, то наклонны.
Вера в себя и свое дело	«Мне кажется, с каждым днем я продвигаюсь вперед, хотя и очень медленно». Уверенный в своей гениальности, Сезанн тем не менее был вечно одержим страхом того, что не найдет точных средств выражения того, что он видел и хотел выразить на картине средствами живописи	Творчество тем сильнее излечивало его от собственных непреодоленных душевных противоречий, чем интенсивнее и постоянной оно было.
Жизнь в настоящем моменте времени	Сезанну очевидно были свойственны многие страхи и фобии, и его неустойчивый характер нашёл себе пристанище и спасение в труде живописца. Возможно, именно это обстоятельство послужило главной причиной столь фанатичного труда Сезанна над своими картинами. «Мой возраст и моё здоровье не дадут мне осуществить мечту, к которой я стремился всю мою жизнь. Но я всегда буду благодарен тем умным любителям искусства, которые, невзирая на мои колебания, поняли, чего я пытался добиться, дабы обновить моё искусство. Я считаю, что не заменяешь своим искусством прошлое, а только прибавляешь к нему новое звено».	«Пейзаж» На первый взгляд картина не представляется зрителю шедевром пейзажей, так как неброские этюды, слишком просты в своих цветах и оттенках. Но если оценивать работу по широте знаний живописи, то качество природы, словно жизненная сила, блистает на картине. Постепенно мастер выкладывает идеальные очертания композиций. Работа Поля Сезанна «Пейзаж» сочетает в себе морской залив и домики, которые аккуратно выстроились на берегу. Деревья словно пытаются накрыть своей листвой отстроенные дома. Любовь к природе – акцент, которым руководствовался Сезанн при написании картины.
Щедрость	Поль всегда щедро раздавал свои работы друзьям.	Форма лица и высокий лоб, точнее, их контуры и фактура, создают впечатление, будь-то Сезанн не рисовал, а вылепливал каждую деталь из мягкой глины. Это достигается путем многослойного накладывания краски, создавая эффект пространства и настоящего объема. <u>Глядя на картину, можно понять и любовь Сезанна к «чистой живописи», без лишних элементов и цветовых переходов.</u>

		<u>Как говорил сам художник, именно таким образом можно наглядно показать действительную связь человека с окружающим миром.</u>
Легкость переменам	к Увлекаясь все более <u>акварельной</u> живописью, Поль переносил отдельные ее приемы и в технику масляной живописи, писал на белых, специально негрунтованных холстах, красочный слой становился у него все более облегченным, как бы светящимся изнутри. Специального художественного образования Сезанн не получил и был самоучкой, так как не желал подчиняться догмам академического искусства.	Изображению нестойких мимолетных явлений природы, что с таким мастерством делали импрессионисты, препятствовала материально-конструктивная основа восприятия мира, свойственная П.Сезанну.
Ровное настроение	Сезанн желал конструировать мир, передавать его устойчивые, непреходящие черты; его не интересовали динамика окружающей среды и изменчивость цвета в атмосфере.	Картина "Берег Марны" Казалось бы – изображен явно летний день, по небу бегут облака, отражаются в глади реки, но преобладают оттенки синего и зеленого, охлаждающие, делающие неподвижность совершенной, наводящие на мысли о зиме, о болоте, о чем-то неприятном. Превращающие мир на картине в произведение искусства, созданное для того, чтобы любоваться. В него не хочется шагнуть – но он и создан не для этого.
Нацеленность на возможности	Слава пришла к Полю Сезанну в конце жизни. Живя с постоянным ощущением сложности окружающего мира, П.Сезанн не мог оставаться в рамках простой созерцательности и правдивого отображения увиденного.	Сезанн писал свои обнаженные натуры по воображению, фигуры его часто деформированы, экспрессивны, поставлены в надуманные позы и группы.
Осознанность	«Живопись здесь, внутри» — сказал он, ударяя себя по лбу.	Колористический эффект — главное в картине, он делает картину единым целым, организует ее; этот эффект должен опираться на одно доминирующее цветовое пятно.

Наши исследования по определению закономерности сути истинной простоты рисунка и гениальности ее автора на примере Нико Пиросмани, Поль Гогена, Поль Сезанна, подтверждают аксиомологический постулат: «несмотря на свою детерминированность природно-социальным миром, человек всегда выходит за свои пределы и личность проявляет свою свободу и трансцендентальность как возможность «выхода» человека за пределы социальной и природной необходимости» [4], что явно подтверждается биографическими факторами художников, использующих принцип простоты изображения в рисунке - Нико Пиросмани, Поль Гоген, Поль Сезанн.

Понимание сути простоты как философско-психологического понятия будущими преподавателями изобразительного искусства и черчения коррелируют с выявленными параметрами определения понятия «простота» и подтверждаются контент-аналитическим содержанием биографических фактов и творческими продуктами вышеперечисленных гениев.

Библиографический список

1. Ефремова, Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный словарь - <http://www.classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Ushakov-term-59618.htm> Ушаков, Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка - <http://www.classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Ushakov-term-59618.htm>
2. Литке, С.Г. Анализ понятия «социально-психологическая компетентность [текст]: Мир науки, культуры, образования. Международный научный журнал. Июнь 2014, № 3[46] – Горно-Алтайск, 2014. – 432 с. – с. 104-107.
3. Литке, С.Г. Анализ понятия «творчество» в континууме философского аспекта [текст]: Сибирский педагогический журнал 1/2011. Научное периодическое издание. – Новосибирск: Из-во ГОУ ВПО «Новосибирский педагогический университет», 2011 – 327., с. 72-80 ISBN 1813-4718
4. Литке, С.Г. Психологические аспекты творческой личности в континууме индивидуального свободного сознания [текст]: Инновационные проблемы профессионального образования. Выпуск 4: сборник научных статей. – Челябинск: Из-во челяб. гос. пед. ун-та, 2010. -263 с., с. 223-233.
5. Судзуки, Д. Введение в дзэн-буддизм - Харьков, 1999.

Ряхова А.Г.
г. Уфа
Тулькибаева Н.Н.
г. Челябинск

ИННОВАЦИОННАЯ СИСТЕМА ВОСПИТАНИЯ МЫШЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА

Фундаментальные изменения, происходящие в современном российском обществе, диктуют необходимость формирования личности выпускника вуза, умеющей ориентироваться в постоянно меняющихся жизненных ситуациях, способной мыслить творчески и принимать конструктивные решения в различных сферах жизнедеятельности.

Однако недостаточная сформированность базовых знаний по физике у студентов первого курса технических вузов становится серьезным препятствием в формировании базовых компетенций будущих специалистов [1]. В настоящей работе предлагается использование метода *погружения* при подготовке и проведении лабораторного практикума по курсу общей физики для студентов первого курса Уфимского государственного авиационного технического университета (УГАТУ).

Метод погружения в физический материал средствами системы физических задач, предполагает поэтапный процесс повышения уровня усвоения теоретического материала и отработку его на лабораторном практикуме. Его главной особенностью является включение в методическое описание логических структур (ЛС) с выделенными учебными элементами изучаемой темы [2, 3], а также вопросов для самоконтроля и заданий различного уровня сложности с учётом таксономии *мыслительных* процессов Б. Блума [4]. При этом учитываются современные требования компетентностной парадигмы, предполагающей оценивать развивающиеся знания, их практическую направленность и личностные качества обучающегося. Содержание заданий согласуется с ЛС изучаемой

темы, а структура - состоит из семи этапов, наполненных заданиями различной формы: задания с выбором ответа, задания с краткими ответами, экспериментальные задания и т.д.

Метод погружения послужил конструктивной основой планирования и проведения опытно – экспериментальной работы, проведенной на базе кафедры общей физики УГАТУ. Эксперимент проводился в течение семестра (2015 – 2016) со студентами двух подгрупп первого курса факультета АВИАТ в общем количестве 20 человек. Подгруппы по программе изучали разделы «Механика», «Молекулярная физика и термодинамика» и должны были выполнить 6 лабораторных работ (по 3 работы по каждому из разделов). Успеваемость в каждой подгруппе была примерно одинаковой. Этот вывод мы делали на основе сверки аттестационных ведомостей за семестр и анализа результатов проведенного контрольного среза.

Первая подгруппа студентов являлась экспериментальной (ЭГ), в неё вошли 9 человек. Лабораторные занятия велись с использованием метода погружения. Преподаватель заранее объявляет каждому студенту номера и темы предстоящих лабораторных работ. Студенту, в свою очередь, для допуска к выполнению работы необходимо заранее подготовить ответы на теоретические вопросы, а также самостоятельно выполненные задания по данной теме, опираясь на предоставленные логические структуры. После допуска студенты выполняют работу, а затем, сдав письменный отчёт, отчитываются перед преподавателем по теории по средствам устного опроса или контрольного теста.

Вторая подгруппа студентов является контрольной (КГ), в неё вошли 11 человек. Преподаватель и студенты этой подгруппы работали по традиционной методике без использования метода погружения.

Важнейшим условием обеспечения достоверной проверки уровня прочности полученных знаний является выполнение студентами контрольного теста, без использования учебной литературы и конспектов лекций. Таким образом, сразу по окончании изучения курса в обеих группах был проведен контрольный тест по пройденным на лабораторных занятиях темам. Студентам было предложено в течение 30 минут решать тесты, содержащие по 7 заданий, различного уровня. Последняя седьмая задача теста стоит особняком и предполагает расчёт погрешностей.

В качестве критериев разработанной методики нами были выбраны среднегрупповой коэффициент усвоения и коэффициент продуктивности затрат времени на каждом этапе выполнения лабораторной работы. Рассмотрим подробнее эти критерии и методику их определения.

Итак, тестовое задание предоставленное студентам состоит из задач разного уровня сложности и эталона, находящегося у преподавателя, в котором представлено полное и правильное решения этих задач. По эталону преподаватель определяет число существенных операций (p_i), позволяющих студенту верно решить задачу. Сравнение ответа обучающегося с эталоном по числу правильно выполненных операций (a_i) задачи даёт возможность определить индивидуальный коэффициент усвоения:

$$K_i = \frac{a_i}{p_i}.$$

Однако учитывая, что количество испытуемых в контрольной и экспериментальной группах (N) составляет 9 и 11 человек соответственно, можно определить среднегрупповые коэффициенты усвоения по каждой задачи теста для контрольной и экспериментальной групп:

$$K_{\text{ср}} = \frac{\sum_{i=1}^n K_i}{N},$$

что, в свою очередь, позволяет наглядно сравнить полученные результаты тестирования (рис.1).

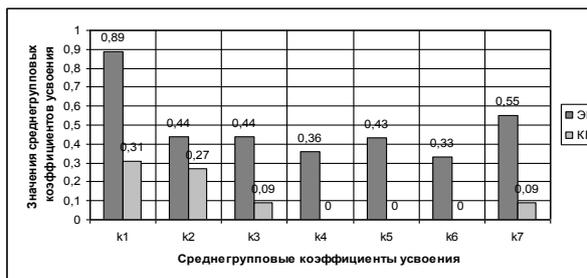


Рис. 1 – Сравнение среднегрупповых коэффициентов усвоения

Таким образом, анализ результатов контрольного теста показал наметившуюся разницу в уровнях усвоения знаний студентами экспериментальной и контрольной групп. Обучающиеся экспериментальной группы имеют более высокие показатели среднегруппового коэффициента усвоения по каждой задаче теста по сравнению со студентами контрольной группы.

Вместе с тем, в качестве показателя эффективности применили коэффициент продуктивности затрат времени на каждом этапе выполнения лабораторной работы

$$\xi = \frac{T_k}{T_s},$$

где T_k – среднее значение времени, затрачиваемое на выполнение каждого этапа в контрольной группе, а T_s – среднее значение времени, затрачиваемое на выполнение каждого этапа в экспериментальной группе. Отметим, что $\zeta > 1$ говорит об эффективности применённой методики. Таким образом, определили, значения коэффициента продуктивности затрат времени на каждом этапе выполнения работы при общем времени проведения занятия 210 мин. Оказалось, что на этапе допуска к выполнению работы $\zeta = 1,35$. Это говорит о том, что на этот этап в контрольной группе затрачено больше времени, чем в экспериментальной. Следовательно, у студентов экспериментальной группы остаётся большой запас времени на последующие этапы лабораторной работы. На этапе проведения и обработки результатов эксперимента коэффициенты оказались равными 1,2 и 1,33 соответственно. Это также свидетельствует о том, на эти этапы в контрольной группе затрачено больше времени. А на этапе защиты - $\zeta = 0,6$.

Как показывает анализ результатов проведённого эксперимента, применение разработанной методики погружения способствует систематизации и повышению прочности усвоения знаний обучающихся, активизирует подготовку к занятиям, обеспечивает осознанный подход к выполнению работ, что существенно облегчает усвоение курса общей физики в вузе.

Библиографический список

1. Шубина, Н.В. О необходимости введения пропедевтического курса физики в технических вузах [Текст]/Н.В. Шубина, Л.Н. Фролова//Вестник Северного (Арктического) федерального университета. - 2013. - № 4. - С. 147–150.
2. Беспалько, В. П. Слагаемые педагогической технологии [Текст]/В.П. Беспалько. - М.: Педагогика, 1989. - 192 с.
3. Ряхова, А.Г. К вопросу совершенствования методики проведения лабораторных занятий по курсу общей физики в техническом вузе [Текст]/А.Г. Ряхова, Н.Н. Тулькибаева//Вестник Томского государственного университета. – 2016. - №4. – С. 59-64.

4. Тулькибаева, Н.Н. Теоретико-методическая концепция экспертизы качества образования на основе стандартизации: монография/Н.Н. Тулькибаева, Н.М. Яковлева, З.М. Большакова. – Челябинск: «Факел», 1998. – 161 с.

*Сидорова О.О.
Василенко Е.А.
г. Челябинск*

К ВОПРОСУ О МЕТОДАХ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СОЦИОНИЧЕСКОГО ТИПА ЛИЧНОСТИ

Одной из важных особенностей психологии является выявление типа личности, к которому принадлежит человек. В одной из практических областей психологии – соционике – выделяют четыре основных подхода к определению психотипа человека: с использованием соционических опросников, диагностика по внешности, поведению, речи, интERTипным отношениям. Эти подходы не являются взаимоисключающими и зачастую используются совместно [1].

Опросники. Диагностируемый отвечает на заранее заготовленные вопросы из серии «часто ли вы...?» и «к чему вы больше склонны...?» При кажущейся простоте и надежности этой методики, она обладает большим количеством недостатков. Никто не может гарантировать, что вопросы теста связаны с какими-либо соционическими признаками, что типизируемый в стоянии оценить себя самого непредвзято – часто ли он на самом деле совершает те или иные поступки и действительно ли он склонен к определенным действиям. Составители тестов пытаются обойти тенденцию типизируемых считать себя хуже или лучше, чем они есть, то увеличивая количество вопросов, и доводя их число до 400-600, то создавая «самопроверяющиеся» тесты с перекрестными вопросами. Но все эти меры не помогают и точность тестирования, как свидетельствуют длительные наблюдения, не превышает все тех же 10-15% [2].

Диагностика по внешности. Данный метод заключается в нахождении во внешности человека, его жестах, мимике, интонациях голоса и других невербальных реакциях признаков функций и дихотомий. Метод является наиболее надежным из всех известных сегодня в соционике. Он позволяет определить психотип всего за несколько минут и даже секунд, причем гораздо точнее, чем по любой другой методике, избегая при этом процедуры типирования как таковой и без ведома, самого человека, что делает область его применения практически неограниченной. Конечно, для такой диагностики нужен большой опыт и соответствующее обучение.

Диагностика по речевому поведению. Две самые сильные и осознанные функции психотипа проявляются в высказываниях человека гораздо ярче остальных шести. На этом основан метод определения психотипа, который представляет из себя поиск и подсчет в высказываниях человека слов и выражений, связанных с каждым из восьми аспектов физического мира. Затем по количественному перевесу указаний на тот или иной аспект делается предположение о силе и осознанности психической функции, связанной с данным аспектом. К недостаткам метода следует отнести неизбежно высокую степень произвольности даже опытного типировщика при классификации слов и выражений типизируемого, а также отсутствие возможности обеспечить на практике абсолютное соответствие анализируемых высказываний и свойств. В зависимости от ситуации, настроения, желаний человека и других факторов, содержание высказываний типизируемого может меняться.

Диагностика по интERTипным отношениям. Поскольку у диагноста тоже есть психотип, в процессе диагностики между ним и типом диагностируемого неизбежно устанавливаются интERTипные отношения. Имея некоторый опыт общения с людьми

каждого из 16-ти типов, диагност во многих случаях уже после нескольких минут диалога с испытуемым может предположить, какое интертипное отношение установилось между ними.

Диагностика по поведению. Каким бы способом мы не определяли тип, всегда существует вероятность ошибок, абсолютно исключить которые можно лишь проверив, как те или иные свойства типа проявляются в поведении человека на длительных промежутках времени. Для этого используется окончательная проверка по поведению, которая одновременно представляет собой еще один метод диагностики. Только если установленный нами тип устойчиво проявляется в поведении человека и через сильные, и через слабые функции в течение длительного времени (дни, недели и месяцы), мы имеем право говорить о точности проведенной диагностики. Например, оцениваться могут стиль, манера общения, манера одеваться, способы разрешения конфликтных ситуаций и т.д. Гарантами точности диагностики в данном случае выступают стабильность и повторяемость одних и тех же поступков.

На наш взгляд, продуктивное направление в диагностике психотипа личности составляет диагностика с использованием экспериментальных ситуаций, в которых человек может вести себя по-разному, в зависимости от своего психотипа. Для этого нужно подобрать ситуации, создающие возможность для проявления тех или иных психических функций, как бы «провоцирующих» их проявление. Такие ситуации могут создаваться с помощью ролевых игр, творческих заданий, где поведение человека развивается спонтанно, решение ситуации непредсказуемо, контроль за поведением вследствие этого снижен и человек демонстрирует наиболее естественный для него способ поведения. Просмотр записи этого поведения и анализ его могут стать основой для определения типа личности.

Библиографический список

1. Аугустинавичюте, А. Соционика [Текст] / А. Аугустинавичюте. – М.: Черная белка, 2008.
2. Гуленко, В.В. Гуманитарная соционика [Текст] / В.В. Гуленко. – М.: Черная белка, 2009.

***Слободчикова А.В.
Литке С.Г.
г. Челябинск***

ВЗАИМОСВЯЗЬ ТИПОВ ТЕМПЕРАМЕНТА И КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

Современное педагогическое образование, согласно федеральному закону от 29.12. 2012 № 273 ставит перед собой цель развить в личности школьника, студента и педагога различные компетенции, в том числе и коммуникативную. Согласно федеральному закону от 29.12. 2012 № 273, современное образование наряду с другими целями должно быть ориентировано и на коммуникативное развитие личности.

Так, среди личностных результатов образования указывается «сформированность навыков продуктивного сотрудничества со сверстниками, детьми старшего и младшего возраста, взрослыми в образовательной, общественно полезной, учебно-исследовательской, учебно-инновационной и других видах деятельности» (4).

Важность коммуникативной компетенции нельзя переоценить. Владение этой компетенцией необходимо каждому человеку, а для педагога коммуникативная компетенция – неотъемлемая часть его профессионального мастерства.

Коммуникативная компетенция - это не только способность передавать информацию посредством вербального канала, это способность к общению, пониманию одного человека другим, это трансляция информации посредством различных форм «языка сознания» (ощущения, эмоции, образы, чувства, знаки, символы), способность «считывать» этот язык, интегрируя, адекватно интерпретировать.

Коммуникативная компетенция рассматривается как качество и эффективность способности общаться одного человека с другими людьми.

Сущность коммуникативной компетенции состоит в умении передавать свои мысли посредством общения, т.е. владение грамотным языком и жестами. Человеку нужно уметь передать свои мысли и даже чувства так, чтобы его партнер понял и принял их как свои собственные. Конечно, это весьма непросто.

Коммуникативная компетенция получила статус междисциплинарной. Обучение коммуникативной компетенции носит случайный, ситуативный характер, т.е. зависит лишь от желания и возможностей человека.

Развитие коммуникативной компетенции в контексте социально-психологической компетентности является оптимальным

Овладение коммуникативной компетенцией зависит не только от педагога, преподавателя, но и от личностных качеств студента, тех социально-личностных характеристик, которые у всех представлены в различных соотношениях. Так, кому-то овладеть коммуникативной компетенцией достаточно просто, а кому-то необходимо приложить огромные усилия.

В качестве примера рассмотрим, каким образом происходит овладение коммуникативной компетенцией представителей различных типов темперамента: холериков, меланхоликов, флегматиков и сангвиников.

Как известно, холерики – легко увлекающиеся, вспыльчивые люди. У них часто меняется настроение, их легко раздражить, но в то же время они быстро успокаиваются. В общении с другими людьми холерики испытывают серьезные проблемы: мало кто может выдержать столь непостоянного человека.

Легче всего холерики уживаются с полными своими противоположностями – флегматиками. Как огонь и вода в таком сочетании холерик и флегматик наиболее полно дополняют и улучшают качества друг друга.

С сангвиником у холерика возникают проблемы в плане лидерства. С одной стороны, борьба «Кто лучше?» улучшает производительность представителей обоих типов, но с другой приводит к нежелательным конфликтам.

Пара холерик-меланхолик требует огромных проблем с подстройкой друг к другу. Холерики часто «забивают» своей энергичностью меланхоликов, случайно нанося раны душевному равновесию вторых.

Пара холерик-холерик, пожалуй, самая сложная и непредсказуемая. Связь между двумя такими людьми будет очень яркая, наполненная борьбой с общими врагами и друг с другом. Холерик и холерик редко могут ужиться друг с другом.

Таким образом, холерику будет довольно сложно овладеть коммуникативной компетенцией. Ему будет непросто научиться понимать других людей и доносить свои мысли до посторонних.

Меланхолик – человек очень чувствительный, ранимый, неуверенный в себе, мнителен. Но с другой стороны, именно меланхолик может разобраться во всех оттенках чувств и эмоций. Но можно ли сказать, что меланхолику легко удастся овладеть коммуникативной компетенцией? Вряд ли! Меланхолик очень трудно приспосабливается к новым людям. Но труднее приходится окружающим людям – мало кто может ужиться с человеком такого типа темперамента, ведь меланхолики часто склонны к самоунижению, самобичеванию, жалости к себе.

Меланхолики часто чувствуют себя глубоко несчастными, поэтому особенно трудно они уживаются с вечно позитивными сангвиниками. Они просто не могут понять друг друга.

Впрочем, с представителями других типов темперамента меланхоликам не легче. Да это и понятно – ведь меланхолики по сути своей интроверты. А значит и для овладения коммуникативной компетенцией им придется проложить огромные усилия.

Следующий тип темперамента – флегматик. Спокойность, невозмутимость, статичность - вот основные характеристики флегматика. С другими людьми флегматик всегда общается ровно, без эмоций.

Лучше всего с флегматиком уживается холерик. Холодное спокойствие первого успешно заглушает горячую безрассудность второго.

С сангвиником флегматику хуже всего – он просто не успевает за энергией последнего, что приводит к недовольству друг другом и конфликтам.

А вот к меланхолику флегматик будет относиться индифферентно, как впрочем и меланхолик к флегматику. Недостаточная инициативность обеих сторон приведет к отчужденности и холодности.

Таким образом, нельзя сказать, что овладение коммуникативной компетенцией дастся флегматику просто.

И последний тип – сангвиники. Сангвиники – люди яркие, сильные, подвижные, но самое главное – оптимистичные.

Сангвиники легче всего вступают в контакты. Им просто удается адаптироваться к новым условиям, людям, обстановке.

Сангвиники – люди «батарейки», способные заряжать других.

Легче всего с сангвиником меланхолику. Сангвиник наполняет его радостью и отвлекает от душевных переживаний.

А вот флегматику наоборот с сангвиником тяжелее. Излишне быстрый и эмоциональный сангвиник задает общению весьма скоростной темп, за которым флегматик просто не успевает.

Таким образом, сангвиник – наиболее легче, чем представители других типов темперамента, овладеет коммуникативной компетенцией.

Хотя, говорить, что только тип темперамента влияет на успешность овладения коммуникативной компетенцией мы не можем. Нельзя забывать и о таких важных факторах как воспитание, жизненные условия, предпочтения, которые способствуют развитию социально-психологической компетентности вообще и коммуникативной компетенции в частности.

Но все же безусловным остается то, что формировать основы для будущей социальной жизни и деятельность обучающихся необходимо.

Коммуникативная компетенция играет немаловажную роль в жизни человека, ведь взаимодействие происходит во всех сферах социальной активности. Недостаток коммуникативной компетенции может привести к недопониманию и неудачам, что подрывает самооценку и самочувствие.

Поэтому, на наш взгляд, важна оптимизация системы образования в направлении организации развития коммуникативной компетенции, которая позволила бы не только успешное общение в паре преподаватель-студент, но и дало бы основу, стержень для успешной жизни и социализации студента.

Библиографический список

1. Бастрикова Е.М. Коммуникативная компетенция как лингводидактический феномен // Экономический журнал. - 2004. - УДК 811.161.1. - С. 43-48.
2. Биктагирова, Г.Ф. Формирование социальных компетенций студентов педагогических специальностей и направлений [Текст] / Г. Ф. Биктагирова // Современные проблемы науки и образования. 2011. – № 4. – С. 39–45.

3. Немов, Р.С. Психологический словарь / Р.С. Немов. – М.: Гуманитар. изд. Центр «ВЛАДОС», 2007
4. Федеральный государственный образовательный стандарт общего образования: Проект / Разработан Институтом стратегических исследований в образовании РАО. – М., 2011.
5. Что включает в себя коммуникативная компетенция? [Текст] / О.А. Сальникова // Начальная школа плюс до и после. - 2012. - № 7. - С. 66-70.

*Созыкина К.А.
Коняева Е.А.
г. Челябинск*

ПРОБЛЕМЫ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СТУДЕНТОВ В ВУЗЕ

Межличностное взаимодействие – это процесс непосредственного или опосредованного воздействия объектов (субъектов) друг на друга, порождающий их взаимную обусловленность и связь [1].

Во время обучения в вузе студенты взаимодействуют между собой, их взаимодействие заключается в межличностных отношениях. Понятие «межличностный» указывает не только на то, что объектом отношений выступает другой человек, но и на взаимную направленность этих отношений. Понятие «межличностные отношения» основано на эмоциональном взаимодействии между людьми.

Проблема межличностного взаимодействия весьма актуальна уже на протяжении многих десятков и сотен лет. Многие психологи, такие как Ф.Олпорт, Н. Триплет, Е. Катрелла, А.Н.Леонтьев, О.Мёде, В.В. Знаков, А.В. Брушлинский, В.А. Поликарпов, Б.Ф. Ломов, Д.И. Фельдштейн и др. проводили исследования, связанные с понятием «межличностное взаимодействие». Все межличностное взаимодействие заключается в общении между студентами. От характера межличностного взаимодействия студентов зависит положительное развитие отношений – уважение друг к другу, взаимовыручка, конфронтация и конфликтные ситуации.

Кроме того, следует заявить и об общетеоретическом уровне актуальности вышеуказанной проблемы. В данном случае рассмотрим понятие «межличностные взаимоотношения» как специфическую форму отражения действительности. Согласно С.А. Рубинштейну «..отношение к другому человеку, к людям составляет основную ткань человеческой жизни, её сердцевину». [2] Именно поэтому проблема межличностных взаимоотношений занимает значительное место в таких науках, как социология, психология и, конечно же, педагогика. Ведь именно межличностное взаимодействие составляет основу, фундамент для непрерывного развития индивида и общества в целом.

Используя методику диагностики направленности личности в общении и методику диагностики особенностей межличностного поведения человека в группе, мы провели исследования целью которого было раскрыть межличностное взаимодействие студентов в группе. Проанализировав полученные данные, мы замечаем, как меняется направленность студентов. Студент, переходя на новый этап жизни, с первого курса старается найти новых знакомых, выделиться в группе. Найдя свой круг общения, своих единомышленников студент полностью адаптируется, в связи с чем, у него проявляются личностные качества, такие как эмпатия, сопереживание, бескорыстное жертвование своими интересами для продуктивного взаимодействия в группе. Начиная с четвертого курса, у студента проявляется независимость в отношениях с коллективом, он пытается показать свою независимость, борется только за свои интересы и стремления. Продуктивное взаимодействие всей группы переходит на второй план. На первом месте лишь собственное благополучие.

Кроме того, согласно статистике, за последние пять лет исследования социологов показали, что практически в каждом втором учебном коллективе происходит разобщение студентов на подгруппы и, следовательно, возникает ряд проблем, связанных с созданием необходимых условий для обеспечения полноценного, несущего в себе положительный результат, межличностного взаимодействия.

Для того, чтобы создать эти необходимые условия, нужно проанализировать стадии развития взаимоотношений студенческого коллектива и личности. Рассмотрим их более подробно.

Первая стадия – адаптация студента как члена новой группы. Прежде чем реализовать свою потребность проявить себя как личность, он должен усвоить действующие в группе нормы и освоить приемы и средства деятельности, которыми обладают все другие ее члены. Через это у него возникает объективная необходимость «быть таким, как все», что достигается за счет утраты тех или иных индивидуальных черт.

Вторая – индивидуализация. Она заключается в обострении противоречий между достигнутым результатом адаптации (тем, что студент стал «таким, как все») и потребностью студента в максимальном проявлении себя как неповторимой личности, которая имеет свою индивидуальность, которая при этом не удовлетворяется. Студент начинает искать способы и средства для выражения своей индивидуальности, и демонстрации ее в группе.

Третья стадия – интеграция личности в группе: студент сохраняет только те индивидуальные черты, соответствующие необходимости и потребностям группового развития. Группа при этом в определенной степени меняет свои групповые нормы, впитывая те черты студента, которые признаются группой как значимые для ее развития. Так происходят взаимные превращения личности и группы. [3]

Если студенту не удается преодолеть трудности адаптации, то это может привести к появлению таких качеств как: безынициативность, ненависть к себе, что приводит к занижению самооценки. Оказать положительное воздействие на формирование здорового психологического климата в группе должен ее преподаватель, посредством решения групповых задач, предполагающих взаимную ответственность.

Созданию благоприятной атмосферы в группе способствуют игровые формы обучения и социально-психологические тренинги. Работа преподавателя должна быть направлена на адаптацию студента, создание доверительных отношений в группе, на формирование социально одобряемого поведения студента, на профессиональное самосовершенствование [4].

Успешное завершение совместного группового учебного мероприятия, в котором приняли участие все студенты, улучшает межличностные отношения. Совместное переживание успеха сближает студентов, стирает социальные и экономические барьеры между ними, снимает конфликты, способствует улучшению внутреннего микроклимата группы. Работа преподавателя должна проводиться в тесном контакте со старостой, учитывая знание ею статусно-ролевой структуры группы и индивидуальных особенностей студентов. К психологически изолированным студентам необходимо быть внимательным и осторожным в оценочных суждениях, не подчеркивать публично их недостатки. [5]

Все вышесказанное свидетельствует о том, что становление личности студента происходит в студенческой группе, которая находится на определенном этапе своего развития. Характер развития личности определяется уровнем развития группы.

Таким образом, межличностные отношения в группе главным образом определяют благоприятные условия для осуществления учебного процесса, что оказывает влияние на формирование у студентов положительных качеств личности, необходимых современному специалисту.

Библиографический список

1. Ефимова, Н.С. Психология общения. Практикум по психологии: Учебное пособие [Текст] / Н.С.Ефимова. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 192 с.
2. Сергей Леонидович Рубинштейн. Под редакцией К. А. Абульхановой [Текст]. – М.:РОССПЭН, 2010. – 55 с.
3. Козуб, Е. Л. Особенности взаимосвязи общения и межличностных отношений в студенческих группах педагогического вуза [Текст] / Е.Л. Козуб. — М.,1994. – 89 с.
4. Панферов, В.Н. Общение и массовая информация в учебно-воспитательном процессе в вузе // Человек и общество / под ред. Б.Г. Ананьева и др. [Текст] / В.Н.Панферов. – Л., 1973. – .258 с.
5. Педагогика и психология высшей школы [Текст] / Под ред. Э.А. Юсупянц. – Ростов н/Д., 2002. – 528 с.

*Ступников М.
Ничков К.
Коняева Е.А.
г. Челябинск*

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ У ШКОЛЬНИКОВ

Творческое мышление сегодня является одним из важных навыков в жизни и в бизнесе. Так или иначе, мы постоянно сталкиваемся с какими-то новыми обстоятельствами, условиями, людьми и каждая подобная ситуация требует более детальной проработки и поиска новых процессов для ее разрешения. Когда мы заканчиваем школу, работодатель ждет от нас свежих мыслей, взгляда под новым углом, а большинство бывших школьников оказываются неподготовленными и, зачастую, дать этого просто не могут.

Проблема развития творческого мышления сегодня стоит достаточно остро, поскольку в абсолютном большинстве школ даже не предусмотрено никаких предметов, помогающих в данном вопросе. Поэтому тем школьникам, которые понимают важность развития креативного мышления, приходится самостоятельно изучать вопрос, искать какие-то методики и упражнения. Но ведь многие даже и не задумываются о подобной необходимости, что в дальнейшем приводит к сложностям при принятии решения, ведь мозг оказывается просто неприспособлен к гибкости, к поиску новых путей решения ситуации.

Таким образом, для того, чтобы стать конкурентным на рынке труда в современном мире и преуспеть в собственной жизни, необходимо с детства начинать работать над способностью творчески, креативно мыслить.

Творческое мышление разные авторы определяют немного по-разному – это и оригинальность предлагаемых идей, и скорость разработки новой гипотезы, и умение оперативно переключаться с одной темы на другую. Тем не менее, работают над данными способностями лишь единицы.

Существенную роль в мотивации школьника к развитию собственных сильных качеств может сыграть учитель – однако скорее не в рамках школьной программы, а вне урока, оставаясь с учеником один на один. Грамотный педагог может на конкретных примерах показать, почему это важно, зарядить ученика на дальнейшее саморазвитие, подсказать пути и методики достижения желаемой цели.

Стоит отметить, что в развитии творческих способностей большие потенциальные возможности имеются именно в период обучения в младшей школе, хотя именно в это время школьная программа ориентирована больше на изучение так называемых «жестких навыков» - умение писать, читать, складывать числа и т.д.

Помимо вышесказанного, хочется отметить недостаточный уровень подготовки педагогов для развития творческого мышления у школьников – зачастую, учителя не

только не могут применить верные методики для решения данной проблемы, но и им сложно в дальнейшем отследить динамику развития этих способностей. То же самое касается и родителей – многочисленные опросы показывают, что лишь 10-20 % действительно выделяют развитие креативного мышления в отдельное направление и считают, что этим необходимо дополнительно заниматься с ребенком.

Большинство придерживаются позиции, что творческое мышление развивается только за счет учреждений дополнительного образования – это всевозможные кружки и секции. При этом сами родители зачастую не видят, как именно они могут повлиять на развитие данных способностей, что существенно притормаживает процесс развития ребенка.

Итак, для того, чтобы коренным образом изменить сложившуюся ситуацию, необходимо работать в двух направлениях:

- Развитие творческого мышления в рамках школы – это включает в себя увеличение уровня грамотности учителей в данном вопросе. Учителя должны осознавать значимость данного фактора в дальнейшей жизни школьника. Для этого необходимо дать учителям конкретные инструменты и методики не только для развития навыка, но и для оценки его уровня и динамики роста.

- Развитие творческого мышления дома – родители должны поддерживать и закреплять то, что дает школа. Для этого необходимо проводить мотивационные собрания для родителей, чтобы донести до них необходимость работы над креативностью их детей.

Как только оба этих направления удастся согласовать друг с другом и полностью отработать все нюансы, мы сможем выйти на новый уровень возможностей развития у школьников творческого мышления.

Какие методики можно применять?

- Написание сочинений с использованием методик организации мышления – например, метод шести шляп. Данный метод позволяет сделать умственную деятельность более эффективной, развить гибкость ума и креативность мышления, изучить существующую проблему под разными углами и принять правильное решение.

За основу данной методики был взят принцип параллельного мышления, когда разные точки зрения не противостоят друг другу, а дополняют друг друга. При написании сочинения по данной методике, учащиеся как бы надевают на себя шляпы разных цветов, при этом меняя режим мышления – шляпа критики, шляпа эмоций, шляпа фактов и т.д. Применяя данную методику, можно помочь школьникам сделать мышление более сосредоточенным и научиться оперировать различными аспектами вопроса поочередно.

- Креативное чтение – чтение вообще играет важную роль в развитии мыслительных и творческих способностей школьника, а уж если применять методику креативного чтения, результат не заставит себя ждать. Многие авторы рекомендуют читать книги с конца, а страницы снизу вверх – это позволит увидеть картинку с другой стороны и покажет мозгу, что есть совершенно невероятные варианты развития ситуации, ведь, как правило, в книгах сюжет описан согласно общим концепциям и нормам.

- Описание того, чего нет – можно придумывать новые предметы или несуществующих животных и стараться как можно более детально описать их внешний вид. Как правило, человеческий мозг использует те факты, функции и задачи, которые ему уже известны. Однако, для развития творческого мышления, школьнику нужно учиться перестраиваться, абстрагироваться от уже известных образов и концентрироваться на чем-то новом, интересном и менее известном.

- Поиск необычного в обыденных вещах – при использовании данного метода, необходимо выбрать предмет, который окружает нас в повседневной жизни (например, картина), и придумать ей десять вариантов применения, отбрасывая банальные – смотреть, вешать и т.д. Данный метод учит школьников выделять необычное в рядовых вопросах, находить новое применение и видеть нестандартные пути возможного развития ситуации.

Развитие творческого мышления можно как выделить в отдельный факультативный предмет, так и использовать вышеописанные упражнения в рамках других предметов.

Использование подобных простых методик в обучении поможет расширить границы мышления школьников и забыть о шаблонных решениях.

Библиографический список

1. Творческое мышление [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.grandars.ru/college/psihologiya/tvorcheskoe-myshlenie.html> . (Дата обращения: 23.04.2016).

2. Развитие творческого мышления школьников старших классов [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://ped-kopilka.ru/klasnomu-rukovoditelju/razvitiie-tvorcheskogo-myshlenija-shkolnikov-starshih-klasov.html> . (Дата обращения: 23.04.2016).

3. Методы активизации творческого мышления [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://studopedia.ru/3_21957_metodi-aktivizatsii-tvorcheskogo-mishleniya.html . (Дата обращения 23.04.2016) .

Хаова Е.А.
г. Челябинск

СПОСОБЫ РАЗВИТИЯ ГОТОВНОСТИ ДЕТЕЙ К ОБУЧЕНИЮ В ШКОЛЕ

В настоящее время тема развития готовности детей к обучению в школе одна из самых актуальных в детской психологии, так как она затрагивает разные компоненты развития ребёнка в определённом возрасте и помогает найти эффективные пути развития этих компонентов.

Проблема психологической, физиологической, личностной, социальной, интеллектуальной, эмоциональной готовности к школе не является новой, ей занимались и продолжают заниматься психологи. Она отражена в работах Л.С. Выготского, Ж. Пиаже, Д.Б. Эльконина, А.Н. Леонтьева и др.

По мнению Л.С. Выготского, «Ребенок дошкольного возраста по своим особенностям способен к тому, чтобы начать какой-то новый цикл обучения, недоступный для него до этого. Он способен это обучение проходить по какой-то программе, но, вместе с тем, саму программу он по природе своей, по своим интересам, по уровню своего мышления может усвоить в меру того, в меру чего она является его собственной программой [1, 98].

Начало обучения шестилетних детей и подготовка к нему связаны с необходимостью учета важных психологических закономерностей их развития. К ним можно отнести назревшие противоречия между возросшими интеллектуальными возможностями ребенка и специфическими «дошкольными» способами их удовлетворения. При этом интеллектуальная сфера ребенка уже не только в определенной мере готова к систематическому обучению, но и требует его.

Под психологической готовностью к школьному обучению понимается необходимый и достаточный уровень психологического развития ребёнка для усвоения школьной программы при определённых условиях обучения.

Существуют такие виды готовности к школьному обучению как:

Волевая готовность – способность подчинять свои действия определенной цели, умение себя контролировать, управлять своими внутренними и внешними действиями, своими познавательными процессами.

Интеллектуальная готовность – это уровень развития мыслительных процессов (обобщение, сравнение, классификация, анализ и др.)

Нравственная готовность – это уровень развития нравственных представлений и чувств, становление характера в соответствии с нормами общества.

Подготовка детей к обучению в школе начинается задолго до поступления в школу и осуществляется на занятиях на основе привычных для ребенка видов деятельности: игры, рисования, конструирования и др.

Знания и представления об окружающем мире ребенок может усваивать самыми различными способами: манипулируя с предметами, подражая окружающим, в изобразительной деятельности и в игре, в общении со взрослыми. Какой бы деятельностью ребенок ни занимался, в ней всегда присутствует элемент познания, он постоянно узнает что-то новое о тех предметах, с которыми действует. Важно помнить, что при этом перед ним не стоит специальная задача познания свойств этих предметов и способов действия с ними, перед ребенком стоят другие задачи: нарисовать узор, построить из кубиков домик, вылепить из пластилина фигурку животного и т.д., получаемые при этом знания являются побочным продуктом его деятельности.

Деятельность ребенка принимает форму учения, учебной деятельности тогда, когда приобретение знаний становится осознаваемой целью его активности, когда он начинает понимать, что выполняет те или иные действия для того, чтобы научиться чему-то новому.

Основу организации занятий по развитию школьно-значимых функций определяют следующие принципы.

Комплексность (взаимодополняемость). Развитие ребенка – комплексный процесс, в котором развитие одной познавательной функции (например, речи) определяет и дополняет развитие других функций.

Соответствие возрастным и индивидуальным возможностям. Индивидуальная программа подготовки к школе может и должна строиться в соответствии с психофизиологическими закономерностями возрастного развития, с учетом факторов риска.

Адекватность требований и нагрузок, предъявляемых к ребенку в процессе занятий, способствует оптимизации занятий и повышению эффективности и дает опору на функции, не имеющие недостатков при одновременном «подтягивании» дефицитарных (отстающих) функций.

Постепенность (пошаговость) и систематичность в освоении и формировании школьно-значимых функций, следование от простых и доступных заданий к более сложным, комплексным.

Индивидуализация темпа работы – переход к новому этапу обучения только после полного освоения материала предыдущего этапа.

Повторность (цикличность повторения) материала, позволяющая формировать и закреплять механизмы реализации функции.

Подводя итог можно сказать, что работа по подготовке детей к школе должна быть направлена на комплексное развитие ребенка и формирование школьно-значимых функций, формирование внутренней позиции школьника.

Библиографический список

1. Выготский Л.С. Обучение и развитие в дошкольном возрасте// Избр. психологические исследования. – М., 1956. – 429 с.
2. Программы дошкольных образовательных учреждений: Методические рекомендации для работников дошкольных образовательных учреждений/ Сост. О.А. Соломенникова. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: АРКТИ, 2003. – 112 с.

***Шаврина Е.А.
г. Челябинск***

РАЗВИТИЕ ПАМЯТИ У ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Память представляет собой форму психического отражения прошлого опыта во всем его многообразии. Она лежит в основе обучения и воспитания, приобретения личного опыта, формирования навыков. Учеными доказано, что без памяти невозможно функционирование человека как индивидуума и личности, отсутствие способности к

запоминанию – это серьезная патология, приводящая к нарушению всей мыслительной деятельности. Считается, что именно в дошкольном возрасте можно заложить способность к запоминанию, что положительно скажется на дальнейшем обучении и становлении маленького человека как личности.

Запоминание – это процесс памяти, посредством которого осуществляется ввод информации в память. Дошкольный возраст характеризуется интенсивным развитием способности к запоминанию. Почти 75% первых детских воспоминаний приходится на возраст от трех до четырех лет. Некоторые исследователи считают, будто именно в дошкольном возрасте память достигает кульминации своего развития и в дальнейшем лишь деградирует.

Память младших дошкольников носит произвольный характер. Запоминание осуществляется в деятельности и зависит от ее характера. Ребенок запоминает то, на что было обращено внимание в деятельности, что было интересно. Поэтому развивать запоминание лучше всего через игры. Игра – основной вид деятельности дошкольника. Более того, игра приносит детям радость. Учитывая то, что в младшем дошкольном возрасте преобладает эмоциональная память, положительные эмоции, получаемые во время игры, значительно повышают способность ребенка к запоминанию.

Попытки заставить дошкольника механически запомнить что-либо, например, числа от 1 до 10, приведут к тому, что ребенок просто не захочет запоминать, он будет отвлекаться на вещи, которые привлекают его больше, чем неинтересные числа. Но если включить счет в деятельность эмоционально привлекательную, ребенок проявит к числам больший интерес.

Одного трехлетнего ребенка пытались научить считать от 1 до 10, просто прося его повторять за взрослым. За 4 дня повторений он научился считать, но часто забывал числа 3 и 7 или менял некоторые числа местами. Другого ребенка того же возраста тоже просили повторять числа за взрослым, но при этом ребенок бегал вокруг взрослого. Последний считал, сколько кругов пробежал ребенок. Уже после 2 дней повторений этот ребенок мог без ошибок сосчитать до 10.

Младший дошкольник уже может запоминать слова, фразы и стихотворения, смысл которых для него еще не понятен. Предметом сознания ребенка при этом являются не значения слов, а их звуковой состав и ритмическая структура, которые служат основой для запоминания различных слов, словосочетаний, стихов.

Ребенок легко может запомнить первые две строки из стихотворения «Шалтай-Болтай», может выучить слова «Вся королевская конница», хотя ребенок и не знает их значения, хотя слово «рать» он упорно заменяет словом «тетрадь», в виду того, что эти слова схожи по звучанию.

Чтобы помочь ребенку запомнить что-либо, достаточно усовершенствовать привычные для взрослого методы запоминания: механический, рациональный и технический.

Механический метод заключается в усилении интенсивности, увеличении и учащении впечатлений, подлежащих запоминанию. Младший дошкольник всегда лучше запоминает песню, если сначала слышит ее, а потом повторит. Процесс запоминания становится еще быстрее и легче, если песня сопровождается каким-либо наглядным материалом, движениями.

Рациональный метод запоминания – это логический анализ воспринимаемых явлений, их группировка, расчленение их на части. Прочитайте ребенку небольшой рассказ, затем попросите его кратко пересказать содержание прочитанного. Помогите ему, попытайтесь связать рассказ с тем, что хорошо знакомо ребенку, или с какой-то аналогичной историей, сравните эти истории. Отвечая на ваши вопросы, ребенок мыслит, обобщает, сравнивает, выражает свои мысли, проявляет активность.

Немало было придумано технических, искусственных методов для запоминания фактов. При помощи искусственных систем можно удерживать в памяти такую массу

совершенно бессвязных фактов, какую невозможно было бы запомнить естественным путем. Метод этот заключается в механическом заучивании каких-нибудь символов, которые затем связываются с тем, что должны быть заучено, путем придуманных ассоциаций. Эта связь впоследствии облегчает припоминание.

Если ребенок затрудняется повторить слова, которые вы ему назвали, дайте ему бумагу и карандаши. Предложите к каждому слову сделать рисунок, который помог бы потом вспомнить эти слова. Ребенок сам выбирает, что и как он будет рисовать. Главное, чтобы это помогло потом ему вспомнить услышанное.

Такие приемы позволяют значительно повысить продуктивность запоминания, активизировать память и мышление ребенка. Актуальность изучения способов развития запоминания у детей младшего дошкольного возраста и их применение особенно велика, учитывая, что в современном мире каждому следующему поколению людей приходится запоминать все больше и больше информации.

Библиографический список

1. Маклаков А.Г. Общая психология. Учебник для вузов [Текст]/ А.Г. Маклаков.- СПб.: Питер, 2014. - 583 с.
2. Теплов Б.М. Психология. Учебник для средней школы [Текст]/ Б.М. Теплов.- М.: Учпедгиз, 1954. - 255 с.
3. Мухина В.С. Детская психология [Текст]/ В.С. Мухина.- М.: Просвещение, 1984. - 270 с.

***Шестова А.А.
Литке С.Г.
г. Челябинск***

НАБЛЮДЕНИЕ КАК ПСИХОТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ

Одним из компонентов социально-психологической компетентности является индивидуально-личностная компетентность, которая определяется уровнем социально-психологической адаптации, способностью к саморазвитию и самообразованию. Поиск и открытие новых методов развития собственной социально-психологической компетентности приводит к совершенствованию навыков правильного общения с окружающими людьми и с самим собой.

Психологическая компетентность – это определенная системная организация сознания, психики человека, включающая, как минимум, следующие части (компоненты): образ мира; направленность, социально ориентированные мотивы; отношение к внешнему миру, к людям, к деятельности; отношение к себе, особенности саморегуляции; креативность, ее особенности; интеллектуальные черты индивидуальности; эмоциональность, ее особенности и проявления; особенности осознания жизненных целей и задач; представление о сложных способностях, сочетаниях личных качеств; осознание того, какие качества важно развивать у себя; представление о своем месте в социуме [1].

Одним из способов развития социально-психологической компетентности является наблюдение. Наблюдение является комплексной научной проблемой, которая имеет социально-исторический, психологический и физиологический аспект [1]. Наблюдение не всегда было самостоятельным видом деятельности. Лишь с развитием разделения труда определяется важность этой психотехнологии.

А. Т. Никифоров и В. Е. Семёнов выделяют три этапа в использовании наблюдения при изучении социально-психологических явлений:

1. Стихийно-описательный этап, в котором преобладают житейские, обыденные наблюдения.

2. Описательные наблюдения научного типа, которые носят целенаправленный и систематический характер.

3. Появление структурированных схем наблюдения со строгими статистическими процедурами обработки и проверки надёжности и валидности наблюдения [2].

Используя метод наблюдения как диагностический инструмент, можно изучать не только такие психологические проявления как поведение людей, проявление черт характера, но и телесные импульсы (мимика, пантомимика), лингвистические конструкты.

Цель нашего исследования раскрыть возможности метода наблюдения как психотехнологии развития социально-психологической компетентности.

В данном контексте наблюдение как психотехнология является структурированной, целенаправленной системой интеграции процессов восприятия, интеллектуального анализа, синтеза и регуляции проявленных психических явлений. Так же наблюдение как психотехнология, развивающая социально-психологическую компетентность, является неотъемлемой частью процессов саморефлексии и рефлексии, как минимум второго («я чувствую, думаю, что чувствует, думает другой») и третьего («я чувствую, думаю, что другой чувствует, думает о том, что чувствую, думаю я») порядков.

В начале нашего исследования мы выявили основные параметры социально-психологической компетентности, которые включили в процесс наблюдения (как организованного, целенаправленного, фиксируемого восприятия психических явлений с целью их изучения в определённых условиях, а также дальнейшего формирования и развития):

- 1) когнитивная компетенция;
- 2) целеполагающая компетенция;
- 3) коммуникативная компетенция;
- 4) психокоррекционная компетенция. [1]

Далее была составлена описательная характеристика выбранных параметров наблюдения социально-психологической компетентности (Таблица 1).

Характеристика параметров наблюдения проявления социально-психологической компетентности

Таблица 1

п/п	Параметры наблюдения социально-психологической компетентности (компетенции)	Характеристика параметров наблюдения
1.	когнитивная компетенция	исчерпывающие знания о сознании, личности, ее психических проявлениях
2.	целеполагающая компетенция	умение ставить личностные цели и планировать жизненные перспективы
3.	коммуникативная компетенция	умение разобраться в любом нестандартном вопросе, относящемся к системе психических явлений
4.	психокоррекционная компетенция	умение и способность объяснить явления, связанные с личностными проблемами; способность выбирать и оценивать пути и способы решения проблемных ситуаций

Для эксперимента мы разработали карту наблюдений проявлений социально-психологической компетентности (Приложение 1). Выбрали четырех испытуемых: студенты 1-го курса (18 лет; двое юношей, две девушки) педагогического университета, которые изучали основные вопросы современной психологической науки.

Обобщив результаты наблюдения проявлений социально-психологической компетентности, мы составили картографию матрицы самонаблюдения и осознанного контроля проявлений социально-психологической компетентности в типичных жизненных ситуациях. Обобщенные результаты наблюдения проявлений социально-психологической компетентности и их описательные характеристики занесены в таблицу 2.

Картография матрицы самонаблюдения и осознанного контроля проявлений социально-психологической компетентности в типичных жизненных ситуациях

Таблица 2

Параметр	Жизненная ситуация		
	Конфликтная ситуация	Взаимодействие с близкими людьми	Взаимодействие с незнакомыми людьми
когнитивная компетенция	Человек осознанно воспринимает ситуацию как конфликтную. Понимает основные аспекты проявления конфликта.	Понимание основных закономерностей взаимодействия с близкими людьми	Человек понимает, что находится вне зоны комфорта. Он знает о том, как заинтересовать малознакомого человека
целеполагающая компетенция	Ставит четкую задачу, направленную на предупреждение или решение конфликтной ситуации.	Задача заключается в поддержании семейного союза посредством определения общих целей и задач	Задача заключается в оптимизации общения с малознакомыми людьми в процессе решения жизненных задач
коммуникативная компетенция	Выстраивает систему коммуникации в соответствии с задачей, обеспечивая внутриличностный и межличностный баланс	Толерантное отношение к различиям между испытуемым и родственником. Выработано умение слушать и понимать собеседника.	Система коммуникации направлена на расположение к себе незнакомого человека, получение от него необходимой для решения задач информации.
психокоррекционная компетенция	Применяет адекватные методы психопрофилактики и психокоррекции, например, самонаблюдение, рефлексия, психологическое консультирование, аутогенная тренировка, метод направленной визуализации, метод правополушарного рисования и др.	Решение проблем происходит путем методов эффективного взаимодействия, осознанного понимания семейных систем.	

ВЫВОД:	Социально-психологическая компетентность испытуемых находится на высоком уровне, каждый из них умеет справляться с проблемами и конфликтами как внутриличностными, так и межличностными.
--------	--

По результатам наблюдения можно сделать вывод, что компетентные студенты правильно используют полученные знания и пользуются таким методом развития социально-психологической компетентности, как наблюдение. Благодаря ему основные жизненные ситуации не вызывают серьезных психологических проблем и преодолеваются легко и непринужденно.

Библиографический список

1. Литке, С.Г. Анализ понятия «социально-психологическая компетентность [текст]: Мир науки, культуры, образования. Международный научный журнал. Июнь 2014, № 3[46] – Горно-Алтайск, 2014. – 432 с.
2. Никифоров, А. Т., Семёнов, В. Е. Метод наблюдения в социально-психологических исследованиях. Л.: ЛГУ, 1987, стр. 8-9

РАЗДЕЛ VI. ПРАВОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ

*Неряхина И.С.
Чередникова М.В.
г. Челябинск*

ПОНЯТИЕ И ПРИЗНАКИ ПРАВОВОГО ГОСУДАРСТВА

Правовое государство - это демократическое государство, основанное на господстве права и верховенстве закона, осуществляющее власть посредством ее разделения и при приоритете прав личности.

К характерным признакам современного правового государства следует отнести:

- демократический государственно-политический режим, характеризующийся стабильностью и легитимностью тех средств и методов, которыми руководствуется государственная власть;

- связанность правом, т.е. все государственные решения должны иметь легальную основу, обеспечивая юридическое равенство всех субъектов, в том числе и самого государства;

- верховенство закона, предполагающее подчинение деятельности всех органов государства конституции и законам, имеющим прямое действие;

- конституционный (судебный) контроль над соответствием основному закону всех иных нормативных актов, требующий восстановления в случае нарушения установленного конституционного порядка;

- разделение властей на законодательную, исполнительную и судебную, носящее реальный характер на основе их равновесия и взаимодействия;

- нерушимость прав личности, включающая признание и гарантированность не только прав собственных граждан, но и всех категорий населения страны;

- развитое гражданское общество, объединяющее все то, что не является политической властью, и стоящее на защите частных интересов (система самостоятельных и независимых от государства общественных институтов, которые призваны поддерживать порядок в обществе негосударственными методами, основанными на социальных нормах, традициях и культуре населения). [1]

Является ли Россия правовым государством? Чтобы это определить, проанализируем характерные признаки правового государства и определим, все ли признаки соблюдаются в России.

Демократический государственно-политический режим. Легитимность государственной власти подтверждается тем, что ее формирование и существование поддерживается народом в соответствии с нормами права путем свободного волеизъявления избирателей на свободных выборах. Народ сам во время выборов выбирает себе представителей. Этот признак соблюдается в РФ, потому что мы признаем и сами избираем президента и других политических деятелей.

Связанность правом. Этот признак также соблюдается в РФ, т.к. все государственные решения действительно имеют легальную основу и признаются народом, который доверяет и поддерживает власть.

Верховенство закона. Конституции РФ – это основной закон страны. И, действительно, какие бы законы не принимались в России, они не противоречат Конституции РФ.

Конституционный контроль. Да, в России Конституционный суд проверяет соответствие всех законов, чтобы они не противоречили Конституции РФ.

Разделение властей. С этим тоже можно согласиться, в России власть разделена на законодательную, судебную и исполнительную, каждая из которых независима, но тесно связана друг с другом.

Нерушимость прав личности. И этот тот признак соблюдается в России, т.к. никто не может лишить нас жизни, ограничить не обоснованно нашу свободу и унижить достоинство личности. (Ст. 2, глава 2 Конституции РФ)

Развитое гражданское общество. В настоящее время в России сложились и действуют некоторые элементы гражданского общества:

- политические партии и движения;
- этнические общности, землячества и культурно-национальные организации и центры;
- массовые общественные организации;
- ассоциации производителей и общества потребителей;
- конфессиональные общности;
- творческие союзы и организации;
- спортивные объединения. [2]

К сожалению, многие организации, союзы, объединения и движения независимы лишь формально. На деле все обстоит иначе. Но процесс становления гражданского общества в России начался и не стоит на месте.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что признаки характерные для правового государства в России соблюдены, но еще есть над чем поработать и к чему стремиться.

Библиографический список

1. Оксамытный, В.В. Общая теория государства и права [Текст]/ Оксамытный В.В.// Общая теория государства и права. – М.: Юнити-Дана. -2012. - 511 с.
2. Юристпортал [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.uristportal.ru/zakonodatelstvo_grazdanskoe_obshestvo-v-russia.html (Дата обращения 24.04.2016)

***Черняева Р.В.
Чередникова М.В.
г. Челябинск***

ИСТОКИ ТЕОРИИ РАЗДЕЛЕНИЯ ВЛАСТЕЙ

Теория разделения властей зарождалась в определенных исторических и социальных условиях; в течение веков она подвергалась некоторым корректировкам, изменялась и дополнялась, исходя из политико-правовой реальности и обстановки в конкретных государствах. Само по себе разделение властей, вот уже более 200 лет практикуемое в демократических странах, - не самоцель и не панацея от пороков и недостатков государственного управления. Но это, как показал исторический опыт, все же лучшая из имеющихся конструкций. Россия, к сожалению, не использовала ее в предшествующие века и десятилетия - как при царях, так и в годы советской власти.

Термин "разделение властей" в его практическом применении рассматривается как достаточно сложное сочетание независимости и взаимодействия трех ветвей власти, а в некоторых случаях - их переплетение. Существующая конструкция не исключает ни скоропреходящих, ни более длительных конфликтов, сопровождаемых компромиссами, уступками или же попытками обеспечить преимущество одной из них в ущерб другой.

Разделение властей на сегодняшний день - общепризнанный признак правового государства, основополагающий принцип организации и функционирования механизма

правового государства. Он закреплен в ст. 10 Конституции РФ. Для того чтобы уяснить суть разделения властей, целесообразно обратиться к истокам формирования этой выдающейся общедемократической идеи.

Теория разделения властей возникла уже в античных государствах. Мыслители того времени выделили несколько обязательных признаков этой теории, согласно которой существуют относительно самостоятельные элементы государства, которые выполняют внутри него определенные функции; содержание их деятельности обуславливается социальным расслоением общества. Эти элементы тесно взаимодействуют между собой как помогая друг другу, так и препятствуя в случае чрезмерного усиления одного из них; все они осуществляют свою деятельность на основе законов.

Основоположниками классической теории разделения властей, в отличие от их предшественников, создано совершенно новое универсальное учение о разделении властей, которое получило и получает воплощение в конституционном законодательстве и государственном строительстве практически всех стран мира. В системе факторов, причинно обусловивших зарождение и развитие новой теории, прежде всего, следует назвать исторический прогресс, который проявил себя в переходе к более высокому уровню социальной и государственной организованности.

В самом общем виде, разделение властей предполагает существование в государстве трех властей: законодательной, исполнительной и судебной; все три власти действуют самостоятельно и взаимно сдерживают друг друга с тем, чтобы ни одна из них не стала властью абсолютной.

Видное место среди английских мыслителей того времени занял философ Джон Локк, который в работе "О гражданском правлении" (1690) довольно-таки подробно рассматривает три власти: законодательную, исполнительную и судебную. Он также дает развернутую характеристику этим властям и отмечает, в частности, что законодательная власть "не является и не может являться абсолютно деспотической ... ведь она представляет собой лишь соединенную власть всех членов общества, переданную тому лицу или собранию, которые являются законодателями; она не может быть больше той власти, которой обладали эти лица, когда они находились в естественном состоянии" [3, с. 6]. Именно потому, что законодательная власть не может быть абсолютной Д. Локк и говорит о двух других властях - исполнительной и судебной, которые должны законодательную власть ограничивать. Однако теория Д.Локка - это еще не совсем теория разделения властей в современном ее понимании, ибо он приходит к выводу, что законодательная власть, поскольку она создает законы, обязательные для исполнения всеми, является верховной и все остальные власти истекают из нее и подчинены ей. Исполнительная власть, по Д. Локку, является подчиненной законодательной власти и может быть по ее желанию изменена и смещена [3, с. 87].

Основоположником же современной теории разделения властей по праву, считается выдающийся французский мыслитель Ш.Л. Монтескье. В его работе "О духе законов" (1748), делается основной вывод: "В каждом государстве есть три рода власти; власть законодательная, власть исполнительная и ведающая вопросами гражданского права". Эта власть карает за преступления и разрешает споры при столкновении частных лиц, ее можно назвать судебной властью. Выделение ее в самостоятельную ветвь государственной власти представляет собой существенный вклад Ш.Л. Монтескье в развитие теории разделения властей на законодательную, исполнительную и судебную, благодаря которому доктрина обрела стройность и завершенность.

Формула разделения властей Ш.Л. Монтескье выражена в следующих словах: "Все погибло бы, если в одном и том же лице или учреждении были соединены три власти; власть создавать законы, власть приводить в исполнение постановления общегосударственного характера и власть судить преступников и тяжбы частных лиц" [6, с. 117]. Разработанная им теория направлена, прежде всего, против злоупотребления властью, деспотизма. Он выделяет три власти. Ш.Л. Монтескье, разделяя три власти, еще

не приходит к идее о равноправии их, считая, как и Д Локк, законодательскую власть высшей, а исполнительную "ограниченной по своей природе" [5, с. 292]. Однако он пошел все же дальше Д.Локка и вывел еще один важный принцип – должно быть не только разделение властей, но и их взаимное сдерживание. Таковы в самом общем виде воззрения Ш.Л. Монтескье на рассматриваемую нами проблему.

Многие идеи Ш.Л. Монтескье были проанализированы в трудах другого французского мыслителя, Ж.Ж. Руссо, выступившего с критикой ряда позиций своего предшественника. Важное место в учении Руссо занимала проблема государственной власти. Он защищал идею неправомочности власти, которая ополчается против жизненных интересов народа, обосновывал право народа на революционное низвержение всякой антинародной власти. Идеалом Руссо была республика. Он уловил внутреннюю противоречивость развития цивилизации, в том числе буржуазной. Руссо безосновательно отрицал роль науки и искусств в улучшении нравов людей, но видел тяжкую цену прогресса для угнетенных классов. Руссо одним из первых определил функциональную роль суда как гаранта неприкосновенности свободы человека

В целом можно сказать, что Руссо критически развил взгляды Локка и Монтескье. В результате была создана основа стройной теории разделения властей в современном государстве. Труды этих трех великих мыслителей в совокупности представляют концепцию разделения властей, называемую классической. Основатели классической теории разделения властей в качестве одного из приоритетных направлений деятельности судебной власти выделяли осуществление судом контроля за органами исполнительной власти при осуществлении ими правозащитной функции.

Теория разделения властей нашла своих сторонников и среди русских ученых конца XIX - начала XX вв. Труды российских ученых, несмотря на различие взглядов и подходов к рассматриваемому вопросу, большинство из них сходились в том, что судебная власть должна быть самостоятельной, независимой от других ветвей власти. Но, собранные вместе, они должны составлять единую государственную власть. Реформирование политических и социально-экономических отношений в России по - новому поставило проблему прав и свобод личности. Согласно Конституции РФ (Гл. 2) государство признает естественные права человека в полном объеме, рассматриваемая их в качестве объекта государственной и в том числе судебной защиты.

Теория разделения властей признана во всех более или менее демократических странах. На деле принцип разделения властей строго соблюдается только в условиях классической президентской республики (например, США).

Все три ветви власти нуждаются не только в разумном разделении и четком взаимодействии, но и в неотложном укреплении силы и авторитета, который может быть достигнут лишь неуклонным исполнением требований законов и своего служебного долга.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации. М., 2006.
2. Джефферсон Т. О демократии. СПб., 1992.
3. Локк Д. Избранные философские произведения. Т.2. М., 2006.
4. Мишин А.А. Принцип разделения властей в конституционном механизме США. М., 1984.
5. Монтескье Ш. Л. Избранные произведения. М., 1955.
6. Монтескье Ш. Л. О духе законов. Антология мировой правовой мысли. Т.3 М., 1999
7. Петрухин И.Л. Правосудие: время реформ. М., 1991
8. Руссо Ж.Ж. Об общественном договоре: Трактаты. М., 2000.
9. Геворкян Мартин Вараздатович. Теория разделения властей. [Интернет источник] <http://cyberleninka.ru/article/n/istoki-teorii-razdeleniya-vlastey>

*Слободчикова А.В.
Чередникова М.В.
Самсонова И.Г.
г. Челябинск*

АВТОРСКОЕ ПРАВО НА ДИЗАЙН ОДЕЖДЫ

В мире моды интеллектуальная собственность защищена довольно плохо, несмотря на то, что эта индустрия является очень значимой, как в финансовом плане, так и в социальном. Моду можно отнести сразу к двум категориям: интеллектуальной собственности по версии Всемирной организации интеллектуальной собственности ООН, и к промышленной собственности (например, изобретения и товарные образцы), и к авторскому праву (чем мода не искусство?). На первый взгляд, такая двойственность могла бы способствовать защите интеллектуальной собственности в мире моды, однако же, в реальности она оборачивается противоречиями, усугубляющими незащищенность интеллектуальной собственности в индустрии моды. Мы рассмотрим, какова ситуация с интеллектуальной собственностью в России и других странах мира, кому она может вредить, а для кого выгодна.

Во время проходившей в сентябре 2010 г. Недели моды в Нью-Йорке стало известно, что американские законодатели рассматривают законопроект, который должен защитить дизайнеров моды от имитаций. Предложенный закон, который поддерживается обеими партиями, будет защищать уникальный дизайн в течение трёх лет. Согласно законопроекту, для того, чтобы копия дизайна считалась нарушением авторского права, она должна быть настолько сходной, что её можно спутать с защищённым дизайном.

Многие эксперты сомневаются в пользе такого закона. Они говорят, что законы об авторском праве должны обеспечивать, чтобы копирование не убило творчество. Но в моде копирование существует наряду с творчеством. Более того, копирование зачастую питает сам творческий процесс.

Внёсший законопроект сенатор Шумер заявил, что законопроект необходим, так как имитации наносят ущерб американской модной индустрии, и что она «находится в невыгодном положении по сравнению с Европой, где законы защищают зарегистрированный дизайн в течение 25 лет».

В Америке не существует закона об авторском праве, защищающем моду. Законы против тяжёлых условий работы и низких зарплат защищают работающих в ней людей, а этот новый закон должен защитить стиль и дизайн.

В России индустрия моды не так развита, как в США или Европейском Союзе, и поэтому проблема защиты интеллектуальной собственности в этой сфере не является столь насущной. Гражданский Кодекс к охраняемым результатам интеллектуальной деятельности причисляет произведения искусства (к которым можно причислить и дизайн, если отделить его от утилитарной функции моды), изобретения (например, ткань, обладающая новыми свойствами), промышленные образцы, товарные знаки и секреты производства. Среди прав на результаты интеллектуальной деятельности выделяются исключительные и смежные права. В отношении дизайна, наиболее применимой формой защиты может служить регистрация промышленных образцов. Именно с помощью промышленного образца можно зарегистрировать внешний вид изделия, его дизайн, для этого он должен быть новым и оригинальным. Но очень часто затраты времени на регистрацию промышленного образца делают ее бессмысленной, т.к. время жизни одной модели может составлять всего полгода, а иногда и месяц. Поэтому в Великобритании и Европейском Союзе существует временная регистрация, которая позволяет компаниям с небольшим бюджетом опробовать ту или иную модель на рынке, не тратя массу времени

и денег на ее полноценную регистрацию, а также дает возможность защитить свой товар компаниям, в которых коллекции меняются очень быстро.

В нашей стране автор дизайнерского решения (произведения) имеет возможность выбрать вид правовой охраны как в качестве промышленного образца в рамках патентного права, так и по нормам авторского права в качестве произведения дизайна.

Для возникновения, осуществления и защиты авторских прав не требуется регистрация произведения или соблюдение каких-либо формальностей (абзац первый пункта 4 статьи 1259 Гражданского кодекса РФ - далее - Кодекс). Согласно статье 1270 Кодекса автору произведения принадлежит исключительное право владеть, пользоваться и распоряжаться произведением дизайна.

Патентную охрану интеллектуальных прав на новый и оригинальный дизайн в качестве промышленного образца Роспатент предоставляет в соответствии с нормой, предусмотренной статьей 1354 (3) Кодекса, на основании патента в объеме, определяемом совокупностью существенных признаков промышленного образца, приведенных в перечне и нашедших отражение на изображениях изделия.

Итак, что нам говорит закон (ниже приведены выдержки и цитаты из закона):

Автор - физическое лицо, творческим трудом, которого создано произведение.

Автором произведения науки, литературы или искусства признается гражданин, творческим трудом которого оно создано. Лицо, указанное в качестве автора на оригинале или экземпляре произведения, считается его автором, если не доказано иное.

Авторские права не распространяются на идеи, концепции, принципы, методы, процессы, системы, способы, решения технических, организационных или иных задач, открытия, факты, языки программирования.

В настоящее время есть несколько мнений относительно того, как должна развиваться ситуация с интеллектуальной собственностью в индустрии моды. С одной стороны, есть те, кто выступают за ужесточение законов относительно этого вопроса. Громче всего такие голоса звучат в США, где создаются различные комитеты и движения, проводятся совещания и круглые столы по вопросу интеллектуальной собственности и плагиата в моде. Активисты считают отсутствие внятных норм относительно интеллектуальной собственности в моде нарушением прав дизайнеров на творчество и предлагают создать новые законы и ужесточить правила, что остановит, по их мнению, копирование, и сделает модный бизнес более честным. Создан законопроект о плагиате в дизайне, где дизайн рассматривается с эстетической, а не с прикладной точки зрения.

Другие специалисты, напротив, считают, что скоро не только дизайн, но и кино и музыка не будут защищаться законом как интеллектуальная собственность. Это связано с переходом на цифровые носители, ограничить распространение которых пока невозможно. А в отношении моды, феномен незащищенности ей только полезен, ведь он способствует ее ускоренному развитию и изменчивости, он заставляет дизайнеров и покупателей искать новые тренды, модели и образы.

Библиографический список

1. Nathalie Atkinson, Copycats: A Tale of Two Jackets, [Электронный ресурс]. URL: <http://network.nationalpost.com/np/blogs/theampersand/archive/2009/04/23/copycat-style.aspx>(дата обращения: 21.03.2016).
2. Интеллектуальная собственность. Промышленный образец [Электронный ресурс]. URL: <http://www.incosib.ru/index.php?p=2&s=2>(дата обращения: 21.03.2016).
3. Киви Берд, Интеллект без собственности, 2007 [Электронный ресурс]. URL: www.computerra.ru/offline/2007/708/339174/(дата обращения: 21.03.2016).

***Юрина Н. Д.
Гордеева Д. С.***

СОДЕРЖАНИЕ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОГО ДОГОВОРА (НА ПРИМЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СФЕРЫ)

Изложение нашего вопроса целесообразно начать с определения гражданско-правового договора.

Итак, договор представляет собой соглашение двух и большего числа лиц об осуществлении определенных действий и установлении регулирующих такие действия взаимных прав и обязанностей, исполнение которых обеспечивается мерами государственно-организованного принуждения.

Совокупность прав и обязанностей составляет содержание договора. Права и обязанности сторон, выраженные в условиях гражданско-правового договора, должны отвечать принципам гражданско-правового регулирования, и, прежде всего принципам равенства, автономии воли и имущественной ответственности, самостоятельности участникам договорных отношений. Только в этом случае можно вести речь о гражданских правах и обязанностях (п.1. ст. 2 ГК РФ) или о гражданско-правовом обязательстве [2].

Содержание гражданско-правового обязательства, возникающего из договора раскрывается с помощью формулы, применяемой к любому гражданско-правовому обязательству: в силу обязательства одно лицо (должник) обязано совершить в пользу другого лица (кредитора) определенное действие, как - то: передать имущество, выполнить работу, уплатить деньги и т.п., либо воздержаться от определенных действий, а кредитор имеет право требовать от должника исполнение его обязанностей (п.1 ст.307 ГК РФ).

Предметом договора являются вещи, включая ценные бумаги, недвижимость, имущественные права и другие объекты гражданских прав. Сторонами договора могут выступать дееспособные физические лица, граждане, имеющие статус предпринимателя или юридические лица.

В гражданском праве условия, на которых достигнуто соглашение сторон, составляют содержание договора. Данные условия по значению делятся на: существенные, обычные и случайные.

Существенные условия это те, которые необходимы и достаточны для заключения договора. Договор заключается в случае, если все существенные условия соблюдены. Поэтому важно четко определить, какие условия для данного договора являются существенными. Особенности конкретного договора определяют круг условий.[2]

Например, заключение договора об оказании платных образовательных услуг подчиняется общим положениям ГК РФ, хотя и имеет свои особенности. Согласно ст. 432 ГК РФ договор считается заключенным, если между сторонами, в требуемой в подлежащих случаях форме, достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора.[3] Договор заключается посредством направления оферты (предложения заключить договор) одной из сторон и ее акцепта (принятия предложения) другой стороной. Условия: 1) предварительные переговоры о заключении договора и согласование воли субъектов; 2) подача абитуриентом заявления о допуске к вступительным испытаниям; 3) проведение вступительных испытаний и конкурса по их результатам (в случае, если количество мест приема меньше количества поданных заявлений); 4) оформление договора. [3]

Обычные условия не нужно согласовывать со сторонами. Обычные условия предусмотрены в соответствующих нормативных актах и автоматически вступают в действие в момент заключения договора. [5] Несмотря на это, обычные условия не действуют вопреки воле сторон в договоре. Как и другие условия договора, обычные условия основываются на соглашении сторон. Предполагается, что если стороны достигли соглашения заключить данный договор, то тем самым они согласились и с теми

условиями, которые содержатся в законодательстве об этом договоре. [4] К числу обычных условий возмездных договоров следует в настоящее время относить цену в договоре, если иное не указано в законе и иных правовых актах. В соответствии со ст. 424 ГК, если в договоре не определена цена, по которой оплачивается исполнение договора, то в предусмотренных законом случаях применяются цены (тарифы, расценки, ставки и т. п.), устанавливаемые или регулируемые уполномоченными на то государственными органами. В случаях, когда в возмездном договоре цена не предусмотрена и не может быть определена исходя из условий договора, исполнение договора должно быть оплачено по цене, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за аналогичные товары, работы или услуги.

К числу обычных условий относятся и те обычаи делового оборота, применимые к отношениям сторон, которые вступают в действие, если условие договора не определено сторонами или диспозитивной нормой (п. 5 ст. 421 ГК).[4]

Случайными называются такие условия, которые изменяют либо дополняют обычные условия. Они включаются в текст договора по усмотрению сторон. Их отсутствие, так же как и отсутствие обычных условий, не влияет на действительность договора. Однако в отличие от обычных они приобретают юридическую силу лишь в случае включения их в текст договора. В отличие от существенных, отсутствие случайного условия лишь в том случае влечет за собой признание данного договора незаключенным, если заинтересованная сторона докажет, что она требовала согласования данного условия. В противном случае договор считается заключенным и без случайного условия.[1]

Иногда в содержание договора включают права и обязанности сторон[1]. Между тем права и обязанности сторон составляют содержание обязательственного правоотношения, основанного на договоре, а не самого договора как юридического факта, породившего это обязательственное правоотношение. Некоторые авторы относят к числу существенных и те условия, которые закреплены в императивной норме закона[2]. Однако наиболее важным признаком существенных условий является то, что они обязательно должны быть согласованы сторонами, иначе договор нельзя считать заключенным. Этим они и отличаются от всех других условий. Содержащиеся же в императивной или диспозитивной норме условия вступают в действие автоматически при заключении договора без предварительного их согласования. Поэтому их следует относить к числу обычных условий договора. Трудно согласиться также с мнением о том, что цена является существенным условием всякого возмездного договора[4]. Отсутствие цены в тексте договора в настоящее время, как правило, если иное не указано в законе, не ведет к признанию его незаключенным. В этом случае действует правило п. 3 ст. 424 ГК о цене, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за аналогичные товары, работы или услуги. Если не принимать во внимание этот факт, стирается всякая грань между существенными и обычными условиями.[2].

Главное условие договора сводится к регулированию в рамках закона поведения людей, путем указания на пределы их возможного и должного поведения, а также последствия нарушения соответствующих требований. Поэтому очень важно соблюдать содержание гражданско-правового договора.

Библиографический список

1. Брагинский М.И., Витрянский В.В., Договорное право, Книга 1, Общие положения[Текст]. / М.И. Брагинский, В.В. Витрянский – М.: Изд. «Статут», 2013г.
2. Витрянский В.В. «Существенные условия договора» [Текст]/ В.В. Витрянский.// Вестник ВАС РФ, 2002- №5,6.
3. Гражданский кодекс РФ от 21 октября 1994 г. //Собрание законодательства РФ, 05.12.2004, №32, ст.3301 с изм. в ред. от 04.10.2010 г.
4. Гатин А.М. Гражданское право[Текст]/А.М. Гатин. – М.: Дашков и К, 2009. – 384 с.

*Якупова А.Р.
Чередникова М.В.
г. Челябинск*

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ АДВОКАТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ

При всем многообразии видов юридических услуг все их можно разделить на два основных блока или вида помощи – юридический консалтинг во всех его проявлениях и представительство, включая судебное представительство. Практически во всех странах с развитой правовой системой деятельность по оказанию юридических услуг (российским адвокатам больше нравится называть эту деятельность юридической помощью) на профессиональной основе осуществляет особый отряд юристов, которые в большинстве стран называются адвокатами. В статье анализируются актуальные аспекты нормативно-правового регулирования адвокатской деятельности в РФ в настоящий период.

Как и во всех развитых странах, в России тоже есть такая категория юристов, к которым применимы все требования, перечисленные выше, и называют их, как и в большинстве стран, адвокатами.

Для того чтобы быть допущенными к этой деятельности, претенденты должны получить высшее юридическое образование, пройти стажировку, сдать экзамен на допуск к профессии, принять присягу, соблюдать кодекс профессиональной этики и стандарты профессии, стать членами соответствующей профессиональной ассоциации и исполнять решения ее органов самоуправления. Перечень требований свидетельствует о серьезном отношении к отбору юристов, желающих посвятить себя частной юридической практике и контролю за их деятельностью.

Россия строит правовое государство и поэтому даже в Конституции (ст. 48) закрепила норму, согласно которой каждому гарантируется право на получение квалифицированной юридической помощи[1].

В случаях, предусмотренных законом, юридическая помощь оказывается бесплатно.

И, в общем-то, все неплохо, но есть одно обстоятельство, которое вызывает возмущение российских адвокатов, удивление и непонимание зарубежных адвокатов. В России параллельно с адвокатурой на ниве юриспруденции существует и хорошо себя чувствует второй отряд лиц, которые занимаются частной юридической практикой вне адвокатуры, как правило, в качестве предпринимателей или коммерческих предприятий. Сосчитать их достаточно сложно, на них не распространяется законодательство об адвокатуре, как и все вышеперечисленные требования для претендентов в адвокаты. Больше того, они могут не иметь юридического образования, быть судимыми за умышленные преступления и т. д. Они не несут адвокатских обременений (в частности, не участвуют в судопроизводстве по назначению уполномоченных государственных органов, в оказании бесплатной юридической помощи малоимущим), но при этом законодательство предоставляет им возможность существенно более льготного налогообложения. Данную ситуацию необходимо срочно исправлять.

Такое положение начало складываться около 25 лет назад, в конце 80-х гг. прошлого века, и тогда это была целенаправленная политика государства: считалось, что

на рынке юридических услуг должна быть конкуренция, что будет залогом свободы выбора, свободный рынок, который сам все урегулирует.

В 2002 г. в спорах был принят действующий Федеральный закон «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации» (далее – Закон об адвокатуре) [2]. В тот период главной проблемой был разлад в самой адвокатуре – множество адвокатских объединений в одном регионе, которые имели право присваивать претендентам адвокатский статус. Этот закон решил эту проблему, укрепил статус адвоката и даже предусматривал, что судебное представительство должны осуществлять только адвокаты. Существующее положение в сфере оказания юридической помощи в РФ негативно и для тех, кто в такой помощи нуждается, и для российской адвокатуры.

Двойные стандарты в сфере юридической помощи не позволяют достичь высокого качества юридической помощи, делают невозможным поддержание высоких этических правил профессии, являются питательной средой для коррупции и взяточничества.

Определенные параметры будущей реформы профессии содержатся в Послании Президента РФ Федеральному Собранию РФ 12 декабря 2012 г. В качестве основной проблемы отечественной правовой системы президент РФ назвал проблему бегства от юрисдикции и поставил задачу по деофшоризации российской экономики. Одна из целей и одновременно инструмент деофшоризации – развитие отечественного рынка правовых услуг. Оно предполагает расширение и укрепление российских юридических компаний и адвокатских образований, способных оказывать качественные услуги крупным индустриальным клиентам [3].

По данным вице-президента Федеральной палаты адвокатов РФ К. Шарова, в России сейчас примерно 70 тысяч российских адвокатов, и около 500 из них ежегодно лишаются адвокатского статуса. Трудно представить более активную борьбу за чистоту адвокатских рядов и качество выполнения адвокатами профессиональных обязанностей.

Но, несмотря на старания адвокатского сообщества, многие адвокаты, лишённые адвокатского статуса, продолжают заниматься частной юридической практикой вне системы адвокатуры, не обременяя себя требованиями законодательства об адвокатуре, решений органов адвокатского самоуправления, адвокатской этики и профессиональных стандартов. И даже получают возможность пользоваться более льготным налогообложением.

Такое положение подрывает престиж профессии и статус адвоката. Адвокатское сообщество уже давно требует наведения порядка в сфере оказания юридической помощи. На что лица, ответственные за государственную политику в сфере юстиции, говорили, что адвокаты якобы хотят руками государства устранить своих конкурентов[4].

Но правовой нигилизм постепенно излечивается. Четыре года назад новое руководство Минюста признало, что такая проблема существует, необходимо ее урегулировать, и даже в ряде интервью высказалось, что юридическую помощь должны оказывать только адвокаты, и надо создать условия, чтобы частнопрактикующие юристы, не имеющие статуса адвоката, хотели его получить.

Некоторые специалисты предлагают несколько поправок, которые, по нашему мнению, необходимо внести в Закон об адвокатуре:

Первой правовой проблемой считаем то положение, что крупный юридический бизнес не может существовать в традиционных формах адвокатских образований, рассчитанных на индивидуальную деятельность адвокатов по обслуживанию потребностей физических лиц, прежде всего в уголовно-правовой сфере.

Решение проблемы: в Законе об адвокатуре необходимо ввести статью, регулиющую возможность формирования адвокатских образований на принципах хозяйственных обществ и товариществ. Дополнить Закон об адвокатуре новыми формами адвокатских образований, например, «адвокатская компания или фирма», которых можно определить как юридическое лицо, основанное на долевом участии адвокатов, и

«партнерство с ограниченной ответственностью» с основой взаимоотношений адвокатов в виде партнерского договора.

Второй правовой проблемой считаем возможность предоставить право помощникам адвокатов получать статус адвоката на основании определенного стажа работы (пять-семь лет) в адвокатском образовании, а не сдавать квалификационный экзамен, сделать его необходимым только для досрочного получения статуса (до достижения указанного стажа).

Третьей правовой проблемой считаем отсутствие в Законе об адвокатуре положения, отделяющие профессию адвоката от смежных занятий и охраняющих ее от размывания и подрыва ее конкурентоспособности на консультационном рынке.

Таким образом, целью существования адвокатуры является предоставление именно квалифицированной юридической помощи, что в принципе должно исключать нарушение прав и интересов лиц, которым она оказывается. Лица, получающие такую помощь, должны быть абсолютно уверены в безопасности обращения к адвокату, в неприкосновенности их интересов и прав. Поэтому понятие «квалифицированная юридическая помощь» предполагает наличие у адвоката правового статуса, позволяющего получателю помощи безопасно, эффективно и в полной мере воспользоваться возможностями государственно-правовой системы для защиты своих прав и законных интересов.

Библиографический список

1. Муранов А. Проблемы регулирования юридического рынка в России: тезисы выступления на ежегодной междунар. конф. «Самоидентификация адвокатуры» (Санкт-Петербург, 14 мая 2013 г.), С. 136. URL: <http://www.apspb.ru/news.php>

2. Российская Федерация. Законы. Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации: [федер. закон: принят Гос. Думой от 31.05.2002 № 63-ФЗ (ред. от 02.07.2013)]. Доступ из справ.-информ. системы «КонсультантПлюс».

3. Адвокат: навыки профессионального мастерства / под ред. Л. А. Воскобитовой, И. Н. Лукьяновой, Л. П. Михайловой. URL: [Internet/http:// yandex.ru/ yandsearch/t ext/ эл.библиотека Консультант Плюс, 2008](Internet/http://yandex.ru/yandsearch/t ext/ эл.библиотека Консультант Плюс, 2008).

4. Кучерена А. Г. Адвокатура в условиях судебно-правовой реформы в России. URL: [Internet/http:// yandex.ru/ yandsearch/t ext/ эл.библиотека Консультант Плюс, 2009](Internet/http://yandex.ru/yandsearch/t ext/ эл.библиотека Консультант Плюс, 2009)

РАЗДЕЛ VII. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЗИОЛОГИИ И ПСИХОФИЗИОЛОГИИ

*Дягилева Р.
Байгужин П.А.
г. Челябинск*

СТРУКТУРА ВИКТИМНОСТИ СТУДЕНТОК ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ВУЗА

Актуальность. В области воспитания профессиональный стандарт педагога указано на сформированность умения эффективно регулировать поведение учащихся для обеспечения безопасной образовательной среды, а также защищать достоинство и интересы учащихся, помогать детям, оказавшимся в конфликтной ситуации и/или неблагоприятных условиях. Кроме того, в рамках обеспечения безопасного труда, педагогу вменяется реализация умений проектировать психологически безопасную и комфортную образовательную среду, проводить профилактику различных форм насилия в школе [10]. Но от педагога нельзя требовать то, чему его никто никогда не учил.

Профессионально значимыми качествами будущего учителя являются, в том числе адекватная самооценка, толерантность, стрессоустойчивость. Считаем, что склонность к виктимному поведению влияет на полноценное проявление указанных качеств, что сказывается и на социальной адаптации личности, в частности определяет склонность к некритичному и беспомощному поведению.

Виктимность рассматривается, как личностное качество индивида становиться жертвой по отношению к объекту, предмету воздействия или сложившимся обстоятельствам.

По данным литературных источников развитию виктимности учителя способствует совокупность внутренних факторов образовательной среды: проведение «открытого урока» [4]; социального стресса [6]; боязнь контроля [11]. Кроме того, высокая личная ответственность за принятые решения и постоянное участие в конфликтных ситуациях, являются причиной высокого класса напряженности труда и как следствие – развития психоэмоционального выгорания [2, 7].

Исходя из указанного выше, считаем исследование психологических особенностей и профилактики виктимного поведения у студентов актуальной задачей профессиональной подготовки в системе высшего образования.

Цель исследования: выявить структуру виктимности студенток педагогического вуза.

В настоящей работе виктимность рассматривается как психологическое отклонение, проявляющееся в специфических, для определения которых применяли тест-опросник «Склонность к виктимному поведению» [1].

Тест-опросник включает семь шкал: социальной желательности ответов; склонности к агрессивному виктимному поведению (агрессивный тип потерпевшего); склонности к самоповреждающему и саморазрушающему поведению (активный тип потерпевшего); склонности к гиперсоциальному поведению (инициативный тип потерпевшего); склонности к зависимому и беспомощному поведению (пассивный тип потерпевшего); склонности к некритичному поведению (некритичный тип потерпевшего) и реализованной виктимности.

Полученные данные подвергались математико-статистической обработке с использованием методики сравнения относительных величин. В исследовании приняли добровольное участие студенты обоего пола естественно-технологического факультета

ЧГПУ (n=238 человек) с первого по пятый курс обучения. Критериями разделения обследуемых на группы являлись пол, возраст, год обучения и профиль подготовки.

Результаты исследования и их обсуждение. На рисунке представлено распределение всех обследованных студентов по шкалам опросника, результаты которых соответствуют уровням «выше нормы», «норма» и «ниже нормы».

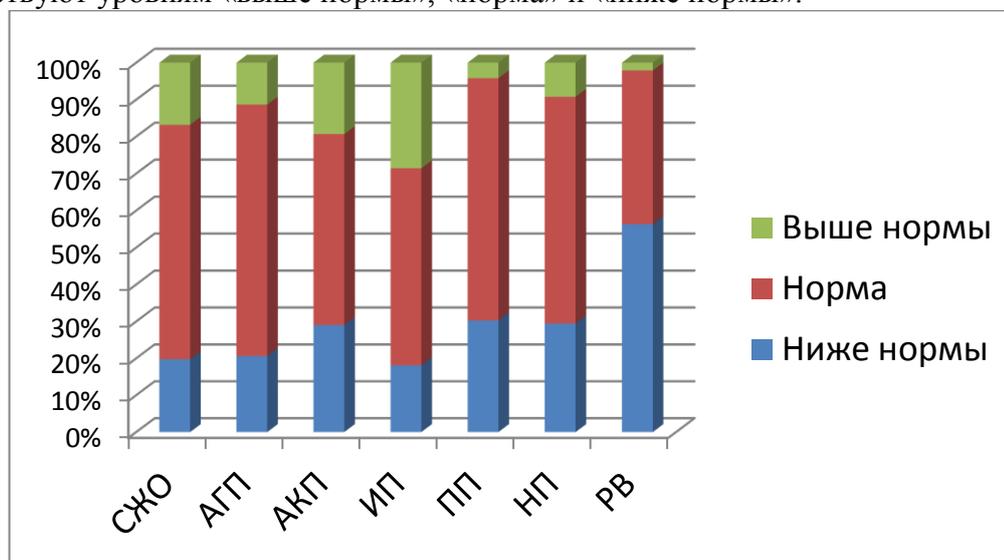


Рис. Распределение обследованных студентов с различным уровнем проявления по шкалам опросника «Склонность к виктимному поведению» (Андронникова О.О., 2005). Примечание: СЖО – социальной желательности ответов; АГП – агрессивный тип потерпевшего; АКП – активный тип; ИП – инициативный тип; ПП – пассивный тип; НП – некритичный тип; РВ – реализованная виктимность.

Графический анализ полученных результатов (рис.), позволил выявить особенности распределения уровней проявления психологических детерминант виктимности студентов. Так, по шкале «Склонность к гиперсоциальному виктимному поведению», характеризующей инициативное виктимное поведение почти треть респондентов (28,6 %) демонстрировали уровень «выше среднего». Это означает, что каждый третий студент демонстрирует жертвенное поведение, социально одобряемое и зачастую ожидаемое.

Считаем, что выявленная характеристика студентов имеет практическое значение, т.к. будущий педагог в ситуациях конфликта, демонстрирует положительное поведение, реализует ожидания окружающих. По мнению О.О. Андронниковой (2005), люди данного типа считают недопустимым уклонение от вмешательства в конфликт, даже если это может стоить им здоровья или жизни.

Особенностью, также считаем, наличие всего лишь у 4,2% обследованных студентов высокого уровня по шкале «Склонность к зависимому и беспомощному поведению», характеризующей модель пассивного виктимного поведения. Такой результат в целом, с точки зрения оценки социальной адаптации и формирования профессиональных компетенций будущего педагога считаем благоприятным. Так, по данным автора опросника, эту незначительную часть респондентов лица, не оказывающие сопротивления, противодействия преступнику по различным причинам. Как правило, эта часть студентов составляет группу риска, с которой необходимо проводить тренинги, направленные на повышение самостоятельности, критичности, самооценки.

Напротив, лица, имеющие низкий уровень проявления склонности к зависимому и беспомощному поведению (по нашим данным 30,3 %), характеризуются непримиримостью к мнению других, отличаются авторитарностью, конфликтностью.

Характеризуя распределение уровней проявления у студентов с некритичным типом поведения, нами установлено, что 9,2 % (уровень «выше среднего») респондентов демонстрируют неосмотрительность, неумение правильно оценивать жизненные ситуации. Такие лица чаще проявляют неосторожность, неосмотрительность, неумение правильно оценивать жизненные ситуации в результате каких-либо личностных или ситуативных факторов. Кроме того, их отличает склонность к оправданию негативного поведения других.

Логичными считаем результаты распределения по шкале «Реализованная виктимность». Более половины респондентов (56,3 %) имеют уровень «ниже нормы». Такие студенты нечасто попадают в критические ситуации либо у них уже успел выработаться защитный способ поведения, позволяющий избегать опасных ситуаций.

Указанное выше, позволило нам сделать предварительное заключение о наличии у студентов крайних проявлений виктимности – нежелательных с точки зрения формирования профессиональных компетенций, в частности профессионально значимых качеств. Относительно полученных результатов актуальность и практическую значимость имеет решение вопросов, включения в учебный процесс мероприятий, направленных на профилактику виктимности, коррекции сформировавшихся негативных качеств, несовместимых с деятельностью будущих педагогов.

Известно, что склонность студентов к виктимному поведению обусловлена влиянием множества факторов. Так, И.С. Малкина-Пых (2009) выделяет ведущим фактором склонности к виктимному поведению воспитание в семье [8]. Социально-демографические характеристики и отношения, связывающие объект и личность, склонную к виктимному поведению, а также социальное положение – рассматриваются как детерминанты виктимности [9]. Безусловным «лидером» среди причин виктимного поведения является наличие личностных качеств таких, как степень устойчивости и гибкости человека, развитость у него рефлексии, саморегуляции, его ценностные ориентации, особенности самоотношения, экстернальность-интернальность, способность переносить фрустрацию, стресс, кризисные ситуации [5].

По нашему мнению, среди факторов виктимизации современного студента имеет место интенсификация учебной деятельности, в частности поисковой деятельности, требующей проявления способности анализировать и «фильтровать» значимую информацию. Объективно напряженная учебная нагрузка, требование обработки большого объема информации на фоне дефицита времени для получения полезного результата [3], усугубляется неумением работать с информацией и приводит к состояниям, часто формирующим мотивацию избегания неудач, конфликтность, конформизм, пассивность – психологических детерминант виктимности.

Выражаю благодарность всем волонтерам – студентам естественно-технологического факультета, принявшим участие в обследовании.

Библиографический список

1. Андронникова О.О. Тест склонности к виктимному поведению [Текст] // Развитие гуманитарного образования в Сибири: Сб. науч. тр.: В 2 ч. – Новосибирск: НГИ, 2004. – Вып. 9. – Ч. 1.
2. Анисимов, А.И. Психологическая оценка социального здоровья учителей / А.И. Анисимов [Текст] // Вестник психотерапии. – 2010. – № 35. – С. 92-101.
3. Байгужин, П.А. Гигиеническая оценка напряженности умственного труда студентов в ситуации тестирования теоретической подготовленности [Текст] / П.А. Байгужин // Человек. Спорт. Медицина. – 2011. – № 39 (256). – С. 16-18.
4. Беднарская, Г.Г. «Открытый урок» как фактор виктимизации учителя [Текст] / Г.Г. Беднарская // Развитие человека в современном мире. – 2014. – Т. V, № 2. – С. 3-13.
5. Бумаженко, Н.И. Виктимология: учебно-методическое пособие [Текст] / Н.И. Бумаженко. – Витебск: УО «ВГУ им. П.М. Машерова», 2010. – 115 с.

6. Глушкова, Н.И. К проблеме оказания психологической помощи учителю общеобразовательной школы в условиях социального стресса [Текст] / Н.И. Глушкова, Н.В. Борисенко // Успехи современного естествознания. – 2007. – № 5. – С. 36.

7. Коновальчук, А.Н. Синдром эмоционального выгорания в профессиональной деятельности учителей: монография [Текст] / А.Н. Коновальчук. – Нижний Новгород: ВГИПУ, 2010. – 182 с.

8. Малкина-Пых, И.С. Психология поведения жертвы [Текст] / И.С. Малкина-Пых. - М.: Наука, 2009. – 329 с.

9. Матусевич, А.М. Психологические аспекты виктимности / А.М. Матусевич, Л.В. Кубышко // Молодой ученый. – 2014. – №8. – С. 924-927.

10. Об утверждении профессионального стандарта «Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель): приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 18 октября 2013 г. N 544н г. Москва // Российская газета – Федеральный выпуск №6261 (285) [Электронный ресурс]. – URL: <http://rg.ru/2013/12/18/pedagog-dok.html> (дата обращения 28.04.2016).

11. Шамова, Т. Как избавить учителей от боязни контроля? [Текст] / Т. Шамова, Л. Карпухина // Народное образование. – 2007. – № 4. – С. 100-109.

*Кузнецова Е.А.
Байгужин П.А.
г. Челябинск*

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ СИСТЕМЫ ВНЕШНЕГО ДЫХАНИЯ У СТУДЕНТОК

Актуальность: Дыхание – жизнеобеспечивающий физиологический процесс постоянного обмена газами между организмом и внешней средой.

В юношеском периоде наблюдаются морфологические и функциональные изменения, стабилизируется половая зрелость, чётко проявляется фенотип и генотип. Юношеский возраст совпадает с периодами окончания школы и обучения в вузе, со временем интенсивной социализации, формирования профессиональных компетенций. Действие относительно новых социальных факторов – факторов образовательной среды высшей школы, определяет, в том числе функциональное состояние организма. По данным литературы, у 30 % студенток имеются признаки заболеваний органов дыхания [1, 2].

Считаем, актуальным исследование факторов, которые влияют на функциональное состояние системы внешнего дыхания у студенток.

Цель работы: выявить особенности функционального состояния системы внешнего дыхания у студенток педагогического вуза.

Основной **задачей** на данном этапе исследования является определение показателей функции внешнего дыхания у студенток в зависимости от величины жизненного индекса

Организация и методы исследования. Обследование проводилось на аппаратно-программном комплексе «Спиро-Спектр» (ООО «Нейрософт», г. Иваново, <http://neurosoft.com/ru/>) на базе НИЛ «Адаптация биологических систем к естественным и экстремальным факторам среды» ЧГПУ под руководством доктора биологических наук П.А. Байгужина.

В добровольном обследовании принимали участие 97 девушек – студенток естественно-технологического факультета ЧГПУ, средний возраст которых составил

20,37±0,65 лет, с массой тела 60,21±0,94 кг, длиной тела 164,57±0,64 см. Тестирование проходило осенью в межсессионный период.

Определяли следующие величины: жизненная емкость легких (ЖЕЛ, л); жизненная емкость легких должная (ЖЕЛ долж., л); % ЖЕЛ долж. от ЖЕЛ фактической; длину тела (см); массу тела (кг); жизненный индекс (ЖИ, мл/кг); индекс массы тела (ИМТ, кг/м).

Обработка первичных данных и итоговый статистический анализ результатов осуществляли с помощью вариационного анализа (табличный процессор Excel Microsoft Office 2010). Различия между сравниваемыми величинами показателей устанавливались с помощью t-критерия Стьюдента и были определены как достоверные при вероятности не менее 95% ($p < 0,05$).

Результаты исследования представлены в таблицах 1, 2. По данным, отраженным в таблице 1, отмечаем достоверное превышение фактической ЖЕЛ над величиной должной ЖЕЛ на 0,25 л (при $p < 0,05$).

Таблица 1

Средние показатели системы внешнего дыхания у студенток (n=97)

Показатели	Нормативные показатели	Результаты нашего исследования
ЖЕЛ, л.	2,5 - 3,0	3,9 ± 0,07
ЖЕЛ долж., л.	–	3,65 ± 0,02
% ЖЕЛ долж от ЖЕЛ факт.	85% и более	106,49 ± 1,74
ЖИ, мл/кг	55,0 – 60,0	65,36 ± 1,12
ИМТ, кг/м	19,5 - 25,5	22,24 ± 0,34

Согласно нормативным значениям ЖИ у женщин составляет 55-60 мл/кг. Решая поставленную задачу, обследованные были разделены на две группы: первая группа – студентки с ЖИ меньше 55; вторая – студентки, у которых ЖИ составило больше 75 мл/кг (табл. 2).

Таблица 2

Показатели системы внешнего дыхания у студенток с различной величиной ЖИ (n=31)

Показатели	ЖИ < 55 мл/кг (n=14)	ЖИ > 75мл/кг (n=17)
Длина тела, см.	162,57 ± 2,12	168,06 ± 1,53
Масса тела, кг.	68,29 ± 3,49	58,41 ± 1,41
ЖЕЛ, л.	3,36 ± 0,14	4,86 ± 0,16
ЖЕЛ долж., л.	3,58 ± 0,08	3,79 ± 0,06
ЖИ, мл/кг.	49,65 ± 1,18	83,17 ± 1,41
% ЖЕЛ долж. от ЖЕЛ	94,04 ± 3,26	128,45 ± 4,48

Установлено, что у девушек с меньшим ЖИ масса тела достоверно больше, чем у девушек с ЖИ больше 75 мл/кг (при $p < 0,05$), при этом ЖЕЛ значительно меньше, чем у второй группы обследованных студенток.

Выводы 1. На основании полученных результатов установлены различия функциональных показателей системы внешнего дыхания от антропометрических характеристик обследуемых девушек, в частности от величины индекса массы тела. 2. Жизненный индекс является интегральным показателем, характеризующим функциональную зависимость показателей внешнего дыхания от антропометрических показателей (например, от массы тела). Можно предположить, что лица с низким ЖИ испытывают в определённых условиях кислородную недостаточность. 3. Установлено, что в группе студенток с низким ЖИ, величина ЖЕЛ достоверно ниже по сравнению с

ЖЕЛ у лиц группы с высоким ЖИ. Однако, МТ у лиц сравниваемых групп одинаковая, что указывает на показатель ЖЕЛ как ведущего маркера функционального состояния не только системы внешнего дыхания, но и организма в целом.

Библиографический список

1. Кретьова, И.Г. Поло-возрастные особенности показателей функции внешнего дыхания студентов г. Самары [Текст] / И.Г. Кретьова, О.И. Ширяева // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 3. – С. 627.
2. Мальцева, Е.А. Параметры внешнего дыхания у студентов [Текст] / Е.А. Мальцева, Л.А. Михайлова // Сибирское медицинское обозрение. – 2008. – № 1 (49). – С. 63-66.

Научное издание

Актуальные проблемы образования:

ПОЗИЦИЯ МОЛОДЫХ

Часть I

**Материалы Всероссийской студенческой
научно-практической конференции,
28-29 апреля 2016 г.**

Ответственный за выпуск:
Савченков Алексей Викторович

Издательство "Золотой Феникс"
454007, г. Челябинск, пр. Ленина, 2к

Объем 18,5 уч.-изд.л.
Подписано в печать 29.06.2016г.
Тираж 100 экз. Формат 60x90/16

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии ЧГПУ
454080, г. Челябинск, пр. Ленина, 69