

Министерство образования и науки Российской Федерации
Министерство промышленности и науки Свердловской области
Вольное экономическое общество России
Уральское отделение Российской академии наук
Ассоциация иностранных студентов России



Уральский государственный экономический университет

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

Материалы
XX Всероссийского экономического форума
молодых ученых и студентов

(Екатеринбург, 27–28 апреля 2017 г.)

Часть 2

*Направления: 01. Современное российское общество:
проблемы, тенденции, перспективы развития территорий (часть 2);*

*02. Управление знаниями – подготовка
инновационно-ориентированных кадров территорий;*

*03. Регулирование рынка труда как фактор повышения
конкурентоспособности территорий; 04. Философия, культура
и ценностный мир человека как жителя региона;*

07. Конкурентная среда региона

Екатеринбург
Издательство Уральского государственного
экономического университета
2017

УДК 332.1
ББК 65.04
К64

Ответственные за выпуск:

доктор экономических наук,
ректор Уральского государственного экономического университета
Я. П. Силин

доктор экономических наук, проректор по научной работе
Уральского государственного экономического университета
Е. Б. Дворядкина

К64 Конкурентоспособность территорий [Текст] : материалы XX Всерос. экон. форума молодых ученых и студентов (Екатеринбург, 27–28 апреля 2017 г.) : [в 8 ч.] / [отв. за вып. : Я. П. Силин, Е. Б. Дворядкина]. – Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2017. – Ч. 2 : Направления: 01. Современное российское общество: проблемы, тенденции, перспективы развития территорий (часть 2); 02. Управление знаниями – подготовка инновационно-ориентированных кадров территорий; 03. Регулирование рынка труда как фактор повышения конкурентоспособности территорий; 04. Философия, культура и ценностный мир человека как жителя региона; 07. Конкурентная среда региона. – 248 с.

Рассматриваются актуальные проблемы, тенденции и перспективы развития российских территорий в современных условиях.

Для студентов, участвующих в научно-исследовательской работе, магистрантов и аспирантов.

УДК 332.1
ББК 65.04

© Авторы, указанные в содержании, 2017
© Уральский государственный
экономический университет, 2017

Направление 01. Современное российское общество: проблемы, тенденции, перспективы развития территорий

Д. А. Сажина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Проблемы молодежи в англоязычных странах

Аннотация. Современный мир чрезвычайно активно и стремительно меняется. Перемены происходят и в людях, в первую очередь молодых людях. Актуальные проблемы молодежи отражают несовершенства и пороки всего общества. Поэтому решение этих трудностей окажет влияние на благосостояние всего социума, а наше будущее зависит оттого насколько будут устранены те или иные проблемы подрастающего поколения.

Ключевые слова: молодежь; проблемы; социум.

В современное время каждый человек осознает, что мир очень сильно изменился по сравнению с прошлыми годами. И главное не то, что человечество претерпело научно-техническую революцию, а то, как изменился внутренний мир людей. Особенно это касается молодежи.

Молодежь – часть общества, которая сохраняет и следует традициям предшествующих поколений. Она обладает такой мощной силой, что способна перевернуть этот мир с ног на голову. Безусловно, эта мощь должна быть направлена на мирные цели и воплощать только истинные ценности. Однако современная молодежь не сохраняет культуру подобным образом. Новый век, таким образом, новая молодежь.

Безработица молодежи. Проблемы безработицы обычно касаются таких государств, которые склонны к экономической нестабильности. В таком случае государство не способно предоставить необходимое количество рабочих мест. Далее следует нежелание работодателей принимать низкоквалифицированных и неопытных сотрудников. Проблема трудоустройства молодежи также состоит в финансовых притязаниях молодых специалистов, которые не соответствуют предложениям работодателей. Таким образом, молодые люди ищут работу, но не могут устроиться, из-за чего не имеют средств к существованию. Это толкает на поиск нелегальных заработков, что нередко толкает к преступности, наркотической зависимости, отсутствию семьи и условий для нормальной жизнедеятельности. Государственные программы по обеспечению молодых семей собственным домом практически не осуществляются. А ипотека, аренда и кредиты становятся неподъемным ярмом.

Проблемы нравственного воспитания молодежи. Не имея жизненных перспектив, вынужденные вести борьбу за выживание, многие молодые парни и девушки становятся частью криминального мира. Социальная необеспеченность семей, необходимость поисков заработка сказываются на культуре и образовании молодежи: они отдаляются от учебы, духовных идеалов.

Низкие жизненные условия, отсутствие возможности реализации толкает молодых людей к потреблению спиртного и наркотиков. Проблема алкоголизма среди молодежи обладает чудовищными масштабами. Что и говорить: уже каждый второй старшеклассник употребляет спиртные напитки дважды в неделю. Проблема наркомании среди молодежи также является актуальной. Кстати, такая зависимость возникает не только у ребят из малообеспеченных семей: многие наркоманы – дети состоятельных родителей, также немалы размеры проблемы курения среди молодежи. Каждый третий старшеклассник курит постоянно.

Проблемы культуры современной молодежи. Снижение уровня жизни молодых людей отразилось и на их культурной жизни. Популярны идеи потребительского отношения к жизни англоязычных стран, в особенности запада, что нашло свое отражение в культе денег и моды, стремлению к материальному благополучию, получению удовольствий.

Кроме того, существуют проблемы досуга молодежи. Во многих городах и штатах не создано условий для культурного проведения свободного времени: нет бесплатных бассейнов, спортивных секций или кружков по интересам. Результат проявления интереса к алкоголю и наркотикам – отсутствие увлечений. Духовное обнищание нашло свое отражение и в проблеме речевой культуры современной молодежи. Низкий уровень образования, общение в интернете, создание молодежных субкультур способствовали развитию сленга, далекого от правил литературного английского языка. Следуя моде, молодое поколение использует в речи бранные слова, сленговые выражения, нарушает языковые нормы. Психологические проблемы молодежи

Психологические проблемы юности связаны, главным образом, с отсутствием четкого жизненного ориентира. С законами жизни парней и девушек знакомят не только родители, школа и книги, но и улица, продукты массовой культуры, СМИ, собственный опыт. Безучастность власти и несправие, юношеский максимализм провоцирует в молодежи развитие равнодушия или агрессии, толкает к вступлению в молодежные неформальные группировки. Кроме того, юность – это пора, когда человеку приходится решать множество важных задач: выбор профессии, второй половины, друзей, определение жизненного пути, формирование собственного мировоззрения.

Пути решения проблем молодежи состоят в целенаправленной систематической политике государства, не только на бумагах и речах. Власти должны по-настоящему осознать, что молодые юноши и девушки – это и есть будущее страны.

Научный руководитель *Н. А. Гончарова*

Е. В. Саламатина, Е. В. Столярова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Влияние новейших технологий на человека

Аннотация. Проблема выхода человека за пределы реального в виртуальный мир естественна и неизбежна в XXI веке. Однако попытка трансгуманистов практически полностью поменять человека, превратив его из виртуального в реального киборга означает по сути исчезновение человеческого рода. Рассмотрению столкновения этих противоположных позиций и посвящена статья.

Ключевые слова: трансгуманизм; информационные технологии; люди-киборги; онлайн-игры.

Информационные технологии (интернет, компьютерные игры, CD и DVD, мобильные телефоны, цифровая фотография, цифровое кино) стали неотъемлемой частью молодежной культуры, а на грани веков привлекли к себе внимание широкого круга людей всех возрастов. Вовлечение молодежи в виртуальный мир имеет не только позитивные последствия, но и нарушает их связь с реальностью и способствует появлению проблем с психическим и физическим здоровьем [2].

Ученые считают, что эволюция человечества, появление современных интерфейсов мозг-компьютер постепенно стирает грань между человеком и машиной, превращая людей в киборгов. В онлайн-играх и в «дополненной реальности» можно придумать себе любой образ и получить впечатления, которые практически недоступны человеческому воображению.

За последние годы среди ведущих ученых в области информатики, нейробиологии, нанотехнологий начала утверждаться новое мнение относительно идеи неизменности «человеческого состояния». Долгое время считалось, что современные процессы могут бесконечно перестраиваться, богатства могут быть увеличены и перераспределены, инструментальные средства могут разрабатываться и совершенствоваться, культура может радикально меняться, но при этом сама человеческая природа остается неизменной.

Однако существует направление, которое выступает за дальнейшее совершенствование человеческих возможностей – это концепция

трансгуманизма. Трансгуманизм (от лат. trans – сквозь, через, за и homo – человек) – философская концепция, а также международное движение, поддерживающее использование достижений науки и технологии для улучшения умственных и физических возможностей человека с целью устранения тех аспектов человеческого существования, которые трансгуманисты считают нежелательными — страданий, болезней, старения и даже смерти¹.

Трансгуманисты не ставят задачу определения границ – они хотят поскорее пересечь их и двигаться дальше. В их взгляде на человека сквозит презрение к его слабостям и несовершенству. Люди слишком эмоциональны, уязвимы и хрупки – особенно на фоне спокойствия, выносливости и безотказности современных машин. Трансгуманизм, опираясь на рационализм и теорию эволюции, считает, что эволюция человека не закончена и будет продолжаться и дальше².

Однако идеи трансгуманизма подвергаются серьезной критике. По мнению их оппонентов осуществление идей создания сверхчеловека означает постепенную утрату человеком своей видовой, сексуальной, социальной и духовной самоидентификации еще до практического вмешательства в природу собственного тела, уже в ходе размышления над самой возможностью этого³.

Другой широко известный обобщающий довод против трансгуманизма сформулировал Фрэнсис Фукуяма. Главное его возражение состоит в том, что идея равенства прав несовместима с улучшением человека. «В основе идеи равенства прав лежит убеждение в том, что в каждом из нас присутствует человеческая сущность, которая делает неважными различия в цвете кожи, красоте или даже умственных способностях. Идея об этой сущности, и вера в то, что благодаря ей отдельные личности имеют ценность, лежит в основе либерализма. А трансгуманизм стремится эту сущность изменить»⁴.

Существует мнение, что технологии совершенствования человека на начальном этапе, лишь усилят существующее неравенство между людьми в социуме и нациями в мире, рождая новые, более жесткие, чем до сих пор известные, формы неравенства.

Кроме того, некоторые критики считают, что идеи трансгуманистов входят в противоречие с провозглашенными ими же целями, например, бессмертие породит множество проблем, рассматриваемых в антиутопиях, таких как перенаселение планеты, низкий социальный уровень жизни, ограничение свобод.

¹ *Российское трансгуманистическое движение.* URL: <http://transhumanism-russia.ru>.

² *Православный взгляд.* Аналитический портал. URL: <http://orthoview.ru>.

³ *Российское трансгуманистическое движение.* URL: <http://transhumanism-russia.ru>.

⁴ *Там же.*

«Главный вызов современных технологий в том, что нам необходимо по-новому определить границы человеческого бытия, – говорит философ Елена Брызгалова. – В современном мире с его множественностью подходов к оценке человека это сделать трудно. Одни подходы будут неизбежно сталкиваться с другими» [1].

К концепции трансгуманизма стоит относиться осторожно, ведь возможность воплощения ее в будущем несет в себе риск того, что мы можем потерять свою человеческую сущность

В настоящее время общество не может двигаться и производить вычисления с такой же скоростью, как машины, но человеческому обществу присущи не только интеллект, но и эмоции, нравственность, рефлексия, т. е. то, что и делает человека человеком. И об этом нельзя забывать.

Библиографический список

1. *Солдатов А.* Сверхновый человек: мы скоро станем киборгами? // PSYCHOLOGIES. 2017. № 12.
2. *Юшкова Т. А.* Поколение Z: Особенности мотивации // Экономика и социум. 2016. № 12(31).

Научный руководитель *Т. А. Юшкова*

П. Д. Самохвалова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Гостеприимство во Франции в форме совместного проживания

Аннотация. В статье рассматривается проблема мигрантов во Франции. Анализируется новый способ предоставления жилья – каучсерфинг. Изучаются современные западные программы совместного проживания.

Ключевые слова: миграция; гостеприимство; каучсерфинг; совместное проживание; взаимопомощь; поддержка.

В последнее время новая форма помощи мигрантам появляется в Европе. Так, во Франции около 1 000 мигрантов были размещены в течение шести месяцев во французских семьях¹.

Каучсерфинг насчитывает 12 млн чел. в 230 странах мира. Каучсерфинг – это концепция, основанная на размещении на своей жилой

¹ *L'hospitalité collaborative en France: 1000 migrants hébergés en six mois.* URL: <http://www.solidarum.org/besoins-essentiels/l-hospitalite-collaborative-en-france-1000-migrants-heberges-en-six-mois>.

площади чужих людей без денежной компенсации¹. Незнакомые люди оказывают друг другу помощь и предоставляют ночлег во время путешествий. Такое интересное начинание стало распространяться в Европе в последние годы. Путешественник получает бесплатное проживание в обмен на приятную беседу с владельцем дома.

В настоящее время появилось новое изобретение «совместного проживания». Различные ассоциации и граждане загорелись идеей каучсерфинга и адаптировались к социальным нуждам бедных: они придумали что-то вроде «совместного гостеприимства». Такой подход «каучсерфинг солидарности» основан на встрече между принимающими людьми, готовыми предоставить ночлег с одной стороны и беженцами и мигрантами, с другой стороны. Инициатива предоставления своего жилья беженцам появляется постепенно у граждан, проживающих по всей Европе.

Так, во Франции была создана ассоциация «Singa», по проекту которой был создан сайт, дающий возможность гражданам приглашать к себе домой на проживание беженцев. Следует отметить, что этот проект носит название «Calm», что переводится «спокойно». Однако, это игра слов, так как название составлено из сокращения словосочетания «*comme à la maison*», что в переводе означает «как у себя дома». Этот вид солидарности способствует социально-культурной интеграции мигрантов в принимающее общество.

Французами был проведен эксперимент, включая 100 беженцев и 200 семей. С целью расширения солидарности гостеприимства были использованы дополнительные услуги специалистов социальных служб. Данный проект продолжает развиваться. Организация Singa и близкая ей по идее ассоциация Samusocial, объединили свои усилия. Это помогает им работать вместе и развивать солидарность нового типа. Samusocial создала экспериментальное направление под названием Elan. Эта организация моделирует проект будущего, который уже завтра может называться «совместным гостеприимством». В этом проекте участвует так же группа социальных работников, психологов и консультантов в области интеграции, которая нацелена на обеспечение более широкой поддержки беженцев в период их размещения в принимающих семьях.

Научный руководитель *Л. В. Скопова*

¹ *CouchSurfing* // Википедии – свободная энциклопедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/CouchSurfing>.

Интеграция розничных и оптовых предприятий в России

Аннотация. В статье рассматривается сущность интеграционных процессов в экономике на примере отечественных розничных торговых сетей, даны характеристики интеграций по классификационному признаку.

Ключевые слова: интеграционные процессы; эффективность; торговая сеть; типы и виды интеграции.

В условиях современных экономических отношений, характеризующихся жесткой конкуренцией и постоянно повышающимися требованиями потребителя к уровню предоставляемого сервиса, цене и качеству товара, предприятиям сетевой торговли требуется поиск ресурсов для повышения эффективности своих внутренних и внешних бизнес-процессов. Стремление российских торговых компаний, укрепить свое положение на рынке, путем достижения наиболее полного сочетания указанных параметров при оптимальном уровне издержек и вложенного капитала вызвало активные тенденции развития интеграционных процессов в данной отрасли. Речь идет о взаимодействии торговли с промышленным и сельскохозяйственным производством, созданию промышленно-финансовых торговых систем, формированию крупных торгово-развлекательных центров. Независимые хозяйствующие субъекты рынка с целью повышения своей эффективности объединяются между собой и создают альянсы с производителями, поставщиками продукции и сервисными предприятиями. В процессе создания сетей и интеграции с остальными звеньями цепей распределения, торговые предприятия реструктуризируют свои внутренние бизнес-процессы и меняют принципы взаимодействия с внешней экономической средой. Под интеграцией понимается объединение двух или нескольких предприятий в целях взаимовыгодного решения задач торговой деятельности.

Признаками интеграционного объединения являются обоюдная заинтересованность и использование потенциальных возможностей в производимой работе, правовая и хозяйственная самостоятельность интегрирующихся организаций, совместное планомерное и комплексное воздействие на объекты интеграции.

Интеграционные процессы в розничной торговле могут протекать с объединением только розничных торговых предприятий, розничных торговых предприятий с изготовителями, розничных и оптовых торговых предприятий, а также путем создания финансово-промышленных групп. Развитие различных форм интеграции торговых предприятий

имеет ряд существенных преимуществ: снижаются накладные расходы, закупки на выгодных условиях крупных партий товаров приводят к снижению цен и улучшению положения этих предприятий на рынке. В России постоянно растет доля рынка, контролируемая торговыми сетями. Торговая сеть – совокупность двух и более торговых объектов, которые находятся под общим управлением, или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации¹.

Классификация видов интеграции в розничных сетях по определенным критериям представлена в таблице.

Классификация видов интеграции в розничных торговых сетях

Классификационный признак	Характеристика интеграции
По отраслевому признаку	Горизонтальная. Вертикальная. Диагональная. Смешанная
По уровню управления	Территориальная. Организационная. Внутриорганизационная
По степени централизации	Корпоративная. Добровольная
По типу предприятий	Однотипная. Комбинированная
По специализации предприятий	Узкоспециализированная Специализированная. Неспециализированная
По формам интеграции	Торговые сети. Торговые цепи. Торговые объединения
По групповому расположению	Торговые комплексы. Торговые центры. Моллы
По степени глобализации	Транснациональная. Внутринациональная. Локальная

Горизонтальные сети объединяют предприятия, находящиеся на одной хозяйственной ступени. Это объединение двух и более однородных по функциональному значению и товарному профилю торговых предприятий, находящихся в одном владении. Примером крупнейших горизонтальных торговых сетей в Нижнем Тагиле являются «Магнит» (оператор ОАО «Тандер»), «Пятерочка», «Лента».

¹ ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины и определения. Введ. 2014-04-01. М.: Стандартинформ, 2014.

Под вертикальной интеграцией понимается укрепление связей между смежными звеньями технологической и распределительно-сбытовой цепочек (или между звеньями цепочек добавленной стоимости) на базе установления интеграционных связей с предприятием-поставщиком (интеграция вниз) или предприятием – потребителем (интеграция вверх) продукции (услуг) данного предприятия. К вертикальной относится также интеграция производства и сети сбытовых предприятий (точек). Типичным случаем вертикальной интеграции является фирменная торговля. Примером длительно существующей двухотраслевой интеграции можно назвать работу фирменных магазинов «Тагилхлеб».

Кроме вертикальной и горизонтальной в российских условиях используется еще один вид интеграции – диагональная.

Под диагональной интеграцией понимается установление интеграционных связей с таким предприятием, которое не является смежным или однородным для интегратора, но включено в технологическую цепочку, содержащую однородные или потенциально смежные предприятия.

Цель диагональной интеграции – воздействие на интересующую интегратора фирму косвенным образом, через связанные с ней хозяйственными связями предприятия.

В российских условиях взаимная зависимость участников технологической цепочки очень высока, ведь поддержание доступного ценового уровня для всей цепочки – достаточно сложная задача, которую невозможно решить в одиночку. Но при полной свободе принятия любых решений жизненно необходимы экономико-юридические ограничения, обеспечивающие выживание технологических цепочек и их взаимосвязей.

В настоящее время актуальной является задача интеграции торгового и производственного капиталов. Имеется в виду формирование торговыми структурами сети производств, связанных единой маркетинговой политикой и единым управлением. Необходимо развивать дополнительные услуги торговых предприятий в виде организаций мини-пекарен, цехов по разделке мяса, единого цеха полуфабрикатов. Завоевание лояльности потребителей к торговым сетям через такую форму взаимодействия производства и торговли вполне очевидно.

Интеграция розничных и оптовых предприятий активно развивается на российском рынке. Одним из вариантов упрощенной системы сбыта для крупных компаний-дистрибьюторов стало создание собственных торговых точек, объединенных в сеть.

Смешанная интеграция становится перспективной формой ведения бизнеса. Важное место среди объединенной смешанной интеграции занимают торгово-финансовые группы и холдинговые компании. Фи-

наново-промышленные группы создаются путем объединения материальных и финансовых ресурсов торговых и производственных предприятий, финансово-кредитных учреждений (в том числе банков), инвестиционных организаций для повышения конкурентоспособности и эффективности производства, создания рациональных технологических связей, привлечения инвестиций и ускорения научно-технического прогресса. Особенно актуально создание и функционирование финансово-промышленных групп в условиях кризиса. Среди крупных финансовых инвесторов можно выделить «Альфа-банк», «Внешторгбанк», «МДМ-банк», «Юникредит банк» и другие. За последние 20 лет в России сформировались новые современные промышленно-финансовые торговые системы. Это «Перекресток», «Седьмой континент», «Рамстор», «Техносила», «М. Видео» и др. [3].

Розничная торговая сеть может создаваться как однотипная, когда в ней представлены предприятия только одного типа (формата) и формы обслуживания, например, сеть супермаркетов «Пятерочка» Комбинированные сети включают в себя предприятия разных типов.

В особую группу интегрированных предприятий входят торговый комплекс, торговый центр и молл. Они выделяются по признаку группового расположения и представляют собой объединения близко расположенных торговых предприятий, для которых концентрация в одном месте имеет важное значение. Торговые комплексы в настоящее время, в основном, территориальное объединение множества предприятий различного типа, специализации и формы обслуживания (в том числе широко известных брендов). Доказано, что для каждого из предприятий внутри торгового комплекса существует эффект синергии, выражающийся в получении большей выручки, в противовес тому, как если бы эти предприятия функционировали как отдельно стоящие, одиночные [4].

Именно поэтому многие сетевые супермаркеты в г. Нижнем Тагиле стараются расположить внутри таких комплексов (например, «Пятерочка» в торговом комплексе «Квадрат» и др.). За счет повышенной проходимости, обусловленной эффектом получения комплексной покупки в одном месте, такие предприятия торговли становятся главными источниками прибыли внутри сети¹.

Выделенные признаки интеграции в розничных сетях являются необходимыми для целостного видения принципов развития торговли, повышения возможностей ее эффективного управления и регулирования.

¹ Компания «Пятерочка»: URL: /<https://5ka.ru> (дата обращения: 20.03.2017 г.).

Библиографический список

3. *Васильев А. И.* Розничная торговая сеть крупного города в реформируемой экономике. СПб.: Изд-во СПбГУФ, 2002.

4. *Леви М., Вейтц Б.* Основы розничной торговли / пер. с англ. под ред. Ю. Н. Кангуревского. СПб.: Питер, 1999.

Научный руководитель *Е. Н. Ялунина*

О. В. Симонова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Слияние и поглощение в розничной торговле

Аннотация. В статье рассмотрено понятие интеграция, значимость интеграционных процессов в розничной торговле. Так же отражено влияние макроэкономического фактора на тенденцию к интеграционным процессам в розничной торговле.

Ключевые слова: интеграция; ритейлер; розничная торговля; торговая сеть; гипермаркет; дискаунтер; слияние; поглощение.

В современных экономических условиях одним из важнейших факторов, обеспечивающих стабильное и устойчивое развитие предприятия в сфере торговли, на наш взгляд, является интеграция. Процессы интеграции в торговле характеризуются достаточно длительным развитием, при этом вопросам оценки экономической интеграции уделено большое внимание в трудах зарубежных и отечественных ученых¹.

Рассмотрим наиболее распространенные толкования термина «интеграция».

Понятия «Интеграция»

Автор	Понятие
В. Р. Веснин	Процесс объединения элементов производственного процесса и денежных средств предприятий, а также их самих с целью: снижения общей неопределенности их деятельности; ограничения между ними конкуренции; облегчения распространения новшеств и экономии затрат
Е. Ф. Герштейна	Интеграция в экономике проявляется в развитии взаимодействий между ее элементами при производстве, распределении, обмене и потреблении, появлении новых форм взаимодействий, возрастании целостных свойств систем»
Н. И. Кондаков	Объединение в целое, в единство каких-либо элементов, восстановление какого-либо единства

¹ *Карх Д. А., Гаянова В. М.* Интеграционные процессы в розничной торговле: учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2008.

И так из выше указанного следует, что «интеграция» – это процесс добровольного объединения двух и более самостоятельных экономических субъектов путем установления между ними различных типов и форм связей, оговоренных посредством заключения гражданско-правовых актов, с целью реализации эффективного совместного сотрудничества во благо каждого из объединяемых субъектов¹.

Экономика страны в целом и розничная торговля в частности ощутили в последнее время значительное влияние различных макроэкономических факторов. Среди них, например, временные экономические трудности в экономике, связанное с этим снижение покупательского спроса и другие. Все это привело к некоторым изменениям, которые, в свою очередь, определили некоторые тенденции в развитии розничных сетей (ритейлеров) на ближайшую перспективу².

Рост конкуренции и постоянный поиск путей повышения эффективности, объясняет тенденция к горизонтальной интеграции путем объединения независимых магазинов в торговые сети, а также полное поглощение одних другими сетями. Данные процессы неизбежно возникают в экономически зрелых структурах, владельцы которых готовы поступиться своим единовластным управлением бизнесом с целью построения конкурентоспособной интегрированной структуры.

Так например, в феврале 2017 г. компания «Мегафон» сообщила о своих планах договориться с «Вымпелкомом» о судьбе их общего актива – сотового ретейлера «Евросеть». Пока еще не определен, вопрос о дальнейшем существовании бренда «Евросеть». При равном разделении «Евросети» «Мегафону» достанется около 2 тыс. салонов, часть из которых, вероятно, придется сократить³.

Еще один пример такого слияния: Владелец «Дикой Орхидеи» Дмитрий Костыгин рассматривает возможность объединения компании с российскими сетями нижнего белья «Эстель Адони» и «Incanto» для формирования крупнейшего профильного ритейлера. Об этом он рассказал RNS в кулуарах ПМЭФ. «Будет один большой иностранец, одна российская компания и несколько мелких в своих каких-то нишах», – прогнозирует Костыгин. По его мнению, это может произойти в ближайшие год-полтора⁴.

¹ Карх Д. А., Гаянова В. М. Интеграционные процессы в розничной торговле: учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2008.

² Володин Е. В. Пять главных тенденций ритейлера в 2016 г. URL: <http://www.business.ru/article/758-qqq-16-m8-11-08-2016-5-tendentsiy-v-rozничnoy-torgovle-v-2016-godu>.

³ Шестаков Н. Н. Retailer ru // Ежедневные коммуникации. URL: <http://www.retailer.ru/item/id/141810>.

⁴ Там же.

Падение оборота розничной торговли продолжается, однако не является катастрофическим. При этом зафиксировано сокращение оборота крупных ритейлеров и торговых сетей, которые, жалуется на падение продаж.

По данным Росстата, оборот розничной торговли в РФ в феврале 2016 г. в сопоставимых ценах (с учетом инфляции) сократился на 5,9% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил 2 086,4 млрд р. Январский показатель чуть лучше – 2 125,1 млрд р. Общий оборот розницы за два первых месяца 2016 г. в сопоставимых ценах сократился на 6,6% – до 4 212 млрд. рублей. Напомним, что оборот розничной торговли в России в 2015 г. упал на 10% по сравнению с предыдущим годом и составил 27,6 трлн р.¹

В то же время сети супермаркетов не спешат экономить на инвестиционных программах из-за падения оборота. «Торговые сети не сворачивают инвестпрограммы, открывают новые магазины и за счет этого поддерживают обороты. Отметим, что в последние годы доля торговых сетей в обороте розничной торговли стремительно растет. Например, в 2011 г. она составляла 18,4%, в 2013 г. выросла до 21,6%, а в 2015 г. закрепились на отметке 24,3%, свидетельствует Росстат².

Вместе с ростом доли торговых сетей статистическая служба отмечает уменьшение числа индивидуальных предпринимателей, рынков и ярмарок. На 1 января 2016 г. в сфере розничной торговли было зарегистрировано чуть более 1,4 млн предпринимателей, что на 1,3% меньше по сравнению с январем прошлого года³.

Рынок розницы теряет индивидуальных предпринимателей по вполне понятным причинам. Многие компании просто не справляются с налоговой и административной нагрузкой, которая навалилась на них в результате последних законодательных новаций.

Конечно, от последствий экономического кризиса, падения доходов населения также страдают и крупные торговые сети, пытающиеся удержать потребителей. Но эта битва за выживание буквально убивает их конкурентов – индивидуальных предпринимателей, рынки и ярмарки. В борьбе за покупателей ритейлеры открывают новые торговые точки, оптимизируют портфели собственных торговых марок, которые дешевле в производстве и цене, чем аналоги, развивают маркетинговые инструменты.

¹ Андреев А. А. Ритейлеры тоже плачут. URL: <http://newizv.ru/news/economy/07-04-2016/237434-ritejlery-tozhe-plachut>.

² Володин Е. В. Пять главных тенденций ритейлера в 2016 г. URL: <http://www.business.ru/article/758-qqq-16-m8-11-08-2016-5-tendentsiy-v-rozничnoy-torgovle-v-2016-godu>.

³ Андреев А. А. Ритейлеры тоже плачут. URL: <http://newizv.ru/news/economy/07-04-2016/237434-ritejlery-tozhe-plachut>.

При этом зачастую на коммерческие, общехозяйственные и административные расходы торговые сети тратят больше, чем могут позволить доходы. Например, операционная прибыль сети «Дикси», одного из лидеров продовольственного ритейла, в 2015 г. рухнула на 43%, до 5,8 млрд р. А все из-за того, что ритейлер увеличил количество своих магазинов на 513 ед.¹ Тем не менее, стремление российских торговых фирм, сохранить и упрочнить свое положение на рынке, путем достижения наиболее полного сочетания уровня издержек и вложенного капитала, вызывает активные тенденции к интеграционным процессам во всех сферах их жизнедеятельности.

Данный путь, в той или иной степени избрали для себя наиболее успешные фирмы, что свидетельствует о понимании в деловых кругах значимости интеграции для функционирования компаний в современных экономических условиях.

Российские игроки активно создают мультиформаты за счет открытия гипермаркетов и дискаунтеров, например у «Пятерочка» появилась «Карусель», «Магнит» также открывает гипермаркеты. Стоит отметить, что появление таких форматов происходит за счет слияния и поглощения. Примером может послужить слияние розничной сети «Пятерочка» и «Перекресток», в результате чего образовалась крупнейшая сеть в России по объемам продаж компания X5 RetailGroupNV. Такого рода сделки также происходят и среди региональных сетей.

Таким образом, стремление российских игроков к росту и лидерству объясняется обостряющейся конкуренцией на розничном рынке, в основном, со стороны западных сетей, которые ежегодно увеличивают свою долю на российском рынке за счет агрессивной региональной экспансии – открытие новых торговых точек в региональных городах, где проникновение сетевых магазинов не настолько велико, как в городах-миллионниках, а также за счет привлечения покупателей низкими ценами, хорошим сервисом и рекламой.

Научный руководитель *Е. Н. Ялунина*

¹ *Андреев А. А.* Ритейлеры тоже плачут. URL: <http://newizv.ru/news/economy/07-04-2016/237434-ritejlery-tozhe-plachut>.

Право собственности на землю в современной России

Аннотация. В последние несколько лет в России произошли кардинальные изменения во всех областях экономики. Эти изменения не могли не коснуться земельных отношений. В статье рассмотрены проблемы перехода земли из государственной собственности в частную, а так же варианты решения этих проблем.

Ключевые слова: частная собственность; государственная собственность; приватизация; перераспределение землепользования; права на землю.

Активный переход собственности от государственной к частной начинается с 1990-х годов в связи с рыночной реформой, происходившей в это время в России. Реакцией законодательства становится активное введение ряда новых законов. Право собственности на землю, основой которого стал Закон РСФСР от 23 ноября 1990 г. № 374-1 «О земельной реформе» и которое было закреплено Конституцией РФ, оказалось одной из наиболее сложных правовых конструкций для внедрения в российскую правовую деятельность.

Впоследствии данный закон неоднократно менялся, дополнялся и «тянул» за собой необходимость введения новых законов в данной сфере, охватывая все большие проблемы перехода земли из государственной собственности к частной.

Последними изменениями становятся Федеральный закон от 23 июня 2014 г. № 171-ФЗ «О внесении изменений в Земельный Кодекс РФ» и Федеральный закон от 13 июля 2015 г. № 251-ФЗ «О внесении изменений в статью 16 Федерального закона “О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним,» и ст. 45 федерального закона «О государственном кадастре недвижимости»

и Федеральный закон от 13 июля 2015 г. № 251-ФЗ «О внесении изменений в статью 16 Федерального закона „О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним“» и ст. 45 Федерального закона от 24 июля 2007 г. № 221-ФЗ «О государственном кадастре недвижимости».

Прежде чем рассматривать изменения, возникшие в результате появления этих законов, необходимо описать весь процесс перехода земли из государственной в частную.

Земельный Кодекс РФ установил общий механизм приватизации для любого земельного участка: претендент на получение земли в собственность собирает необходимый пакет документов, который переда-

ется в администрацию района. В течение последующих 14 дней заявитель получает ответ администрации. Далее производится межевание участка, устанавливаются границы, и составляется кадастровая карта.

Рассматривая особенности права собственности на землю в России можно указать то, что виды прав на землю определены в законодательстве «по субъектам». Конституцией РФ (ст. 9) установлено, что земля может находиться в частной (ст. 15 ЗК РФ), муниципальной (ст. 19 ЗК РФ) и государственной собственности (ст. 16 ЗК РФ)¹.

По данным статистики видно, что, например, в 2010 г. из 1 млрд 709 млн га всех российских земель в государственной и муниципальной собственности находилось 92,2% (1 млрд 576 млн га). В собственности граждан – 7,2% (123 млн га), в собственности юридических лиц – 0,6% (10,2 млн га). На 2016 г. данная статистика выглядит немного иначе (рис. 1, 2).

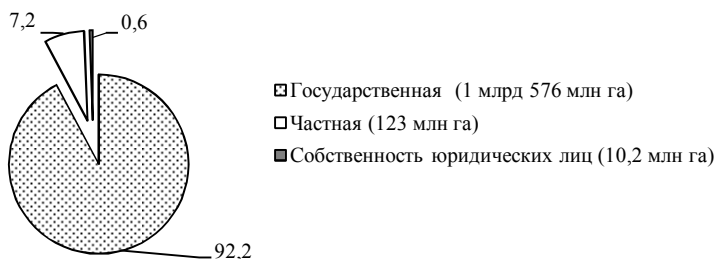


Рис. 1. Структура земель по формам собственности за 2010 г.²

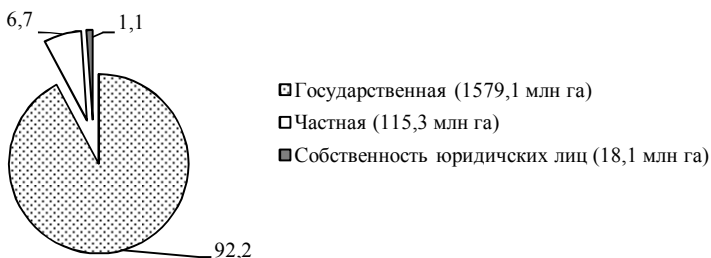


Рис. 2. Структура земель по формам собственности за 2016 г.³

¹ Земельный кодекс Российской Федерации от 25 октября 2001 г. № 136-ФЗ (ред. от 28 декабря 2013 г.).

² Составлено по: Государственный (национальный) доклад о состоянии и использовании земель в Российской Федерации. URL: <https://rosreestr.ru> (дата обращения 02.04.2017).

³ Там же.

Как мы видим из вышеприведенных диаграмм, собственность юридических лиц увеличивается за счет сокращения земли частных собственников.

Одной из возможных причин данного явления является политика импортозамещения, которая возникла в результате введения санкций. Так же можно обратить внимание на то, что большая часть земли находится в руках государства. Это связано с рядом проблем, возникающих при приватизации.

Одной из основных проблем в современных условиях является перераспределение землепользования и землевладения между различными видами сельскохозяйственных предприятий. На пути решения этих проблем возникает множество препятствий.

Первым препятствием является опасность появления «латифундий» – землевладений с большими площадями и наемными работниками. Их появление связано с тем, что состоятельные люди будут покупать большие участки земли.

Одним из возможных вариантов решения данной проблемы может стать законодательное ограничение площадей покупаемых земель.

В качестве второго препятствия можно рассмотреть ситуацию, когда банк получает в собственность заложенную землю, в результате чего становится крупным собственником.

Для преодоления такой ситуации будет необходимо обязывать банки продавать землю в течение нескольких лет¹.

Еще одной из возможных проблем может стать продажа крестьянами прав на землю по низким ценам, однако опыт России и других стран показывает, что такое поведение крестьян маловероятно.

Резюмируя, можно сказать, что многократное изменение законодательства для более полного и точного описания всех нюансов приватизации влечет за собой появление новых проблем, которые усложняют данный процесс. Так же можно отметить, что, несмотря на все преобразования, процесс перехода земли в частную собственность в целом не поменялся.

Научный руководитель *Н. И. Кириякова*

¹ *Савилов М. Г.* Некоторые проблемы развития рынка земли в России. URL: <http://le-xandbusiness.ru/view-article.php?id=4001> (дата обращения: 25.03.2017).

Нейрокомпьютер – компьютер нового поколения

Аннотация. Статья посвящена описанию нейрокомпьютера как компьютера нового поколения.

Ключевые слова: нейрокомпьютер; нейронные сети; искусственный интеллект.

Нейрокомпьютеры – это системы, в которых алгоритм решения задачи представлен логической сетью элементов частного вида – нейронов с полным отказом от булевских элементов типа И, ИЛИ, НЕ. Как следствие этого введены специфические связи между элементами, которые являются предметом отдельного рассмотрения.

Первыми нейрокомпьютерами были: Марк-1 (1958, Фрэнк Розенбрат), Tobermory Perceptron (1961, Фрэнк Розенбрат), а также Адалин (1960, Widrow B., Hoff M.). В этом же ряду первых нейрокомпьютеров находится программа «Кора», разработанная в 1961 г. под руководством М. Бонгарда.

Mark I предназначался для классификации визуальных образов (символов алфавита) и представлял собой электронно-механическую систему, центром которой были 400 управляемых фото-сенсоров, они-то и служили моделью сетчатки. Управлялись они с помощью манипуляторов на шаговых моторах. В дополнение к ней для распознавания речи была предпринята попытка создания еще более громоздкой системы Tobermory Perceptron. Обе системы были практически реализациями пусть простых, но все же нейронных сетей.

В настоящее время Адалин является стандартным элементом многих систем обработки сигналов и связи.

Программа «Кора» нашла применение для распознавания нефтеносных пластов.

Идея создания технических средств на нейро-принципах стала интенсивно реализовываться в начале 1980-х годов. Этому способствовали теоретические разработки 1980-х годов по теории нейронных сетей.

В отличие от цифровых систем, представляющих собой комбинации процессорных и запоминающих блоков, нейропроцессоры содержат память, распределенную в связях между очень простыми процессорами, которые описаны как формальные нейроны или блоки из однотипных формальных нейронов. Тем самым основная нагрузка на выполнение конкретных функций процессорами ложится на архитектуру системы, детали которой определяются межнейронными связями.

Подход, основанный на представлении памяти данных и алгоритмов системой связей (и их весами), называется коннекционизмом.

Три основных преимущества нейрокомпьютеров:

- 1) все алгоритмы нейроинформатики высокопараллельны;
- 2) нейросистемы устойчивы к помехам и разрушениям;
- 3) устойчивые и надежные нейросистемы могут создаваться из ненадежных элементов, имеющих значительный разброс параметров.

В настоящий момент наиболее распространенным направлением нейрокомпьютинга является моделирование нейронных сетей на персональных компьютерах. Прежде всего, моделирование сетей необходимо для их исследования и решения практических задач.

Нейронная сеть представляет собой комплексное соединение нескольких простых элементов – нейронов, топология соединения которых зависит от типа сети. Преимущество данной сети заключается в том, что можно проводить параллельные вычисления, а это дает возможность образовать системы управления более высокого уровня, таким образом, можно добиться более высокого качества управления, по сравнению с традиционным.

Если смотреть на, то как проектируются нейронные сети, то это достаточно трудоемкий процесс, в котором выбор алгоритма программирования это один из нескольких шагов проектирования. Данный процесс включает в себя: исследование предметной области, структурно-функциональное проектирование, топологическое проектирование и так далее.

Нейронные сети появились в ходе исследования области искусственного интеллекта, а точнее, из попыток повторить способности биологических нервных систем обучаться и исправлять ошибки. Данные системы опирались на высокоуровневое моделирование процесса мышления на обычных компьютерах. Но для того чтобы создать искусственный интеллект нужно построить систему похожую на естественную архитектуру мозга, т. е. начать реализовывать процесс мышления в виде аппаратной части.

В заключении отметим, что более эффективным применением нейрокомпьютеров будет характерно для случаев, в которых необходимо сокращение времени обработки решения пространственных задач повышенной размерности, примеры которых можно найти в каждой области деятельности человека.

Научный руководитель *В. А. Тюлюкин*

Д. Д. Степанова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Значение развития рынка общественного питания для экономики страны

Аннотация. В статье рассматриваются значение рынка общественного питания для экономики страны, основные тенденции и динамика развития отрасли общественного питания в России, Уральском регионе и Свердловской области. Проведено исследование перспектив и проблем развития индустрии питания в плане понимания его роли в экономической и социальной жизни общества.

Ключевые слова: общественное питание; рынок общественного питания; предприятия индустрии питания.

На сегодняшний день одной из наиболее перспективных отраслей российской экономики является система общественного питания. Общественное питание представляет собой отрасль народного хозяйства страны, которая наряду со здравоохранением, социальным обеспечением населения, торговлей, бытовым и коммунальным хозяйством действует и развивается как государственная система Российской Федерации [1].

Значение и роль предприятий общественного питания для экономики страны не оценима, так именно эта отрасль способствует решению многих социально-экономических проблем. Так общественное питание помогает лучше использовать продовольственные ресурсы страны, своевременно предоставляет населению качественное питание, имеющего решающего значения для сохранения здоровья, а также позволяет более эффективно использовать свободное время населения.

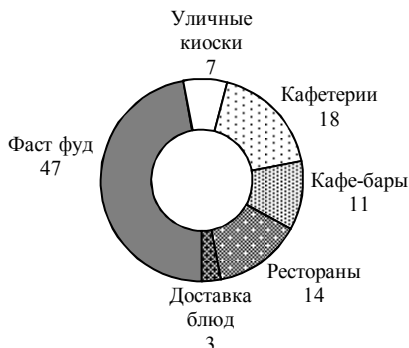
Отрасль имеет свои специфические особенности, четкую нормативно-правовую базу функционирования и внутренние правила с учетом экономики.

Основу общественного питания составляют предприятия, оказывающие услуги населению в организации питания в соответствии с их социально-экономическими потребностями и возможностями.

Согласно ГОСТ 30389-2013 общественное питание представлено такими типами предприятий как рестораны, бары, кафе, столовые, закусочные. Помимо этих типов предприятия классифицируются по стадиям производства (комбинат полуфабрикатов, фабрика-заготовочная, кулинарная фабрика) и по большому объему выпускаемой кулинарной продукции (фабрика-кухня, комбинаты питания).

На сегодняшний момент Российский рынок общественного питания условно можно разделить на три основных ниши, которые отличаются как по количеству участников, так и по объемам производства: органи-

зации быстрого питания, рестораны среднего ценового сегмента и высокая кухня (см. рисунок).



Структура рынка общественного питания в России в 216 г.¹, %

В различных разделах рынок Общепита проявляет себя по-разному. Обычно быстрый рост числа посетителей заметен среди демократичных предприятий – заведений класса, «фаст-фуд», пиццерий. Фаст-фуд показывает очень быстрое развитие, за пять лет количество точек, осуществляющих свою деятельность в рамках данного формата, увеличилось на 20% [2]. Заведения фаст-фуда распространяют свою деятельность, завладевая сразу несколькими направлениями и форматами. Они открывают отдельные стационарные заведения, наращивают свое присутствие на фуд-кортах и в бизнес-центрах, размещают мобильные киоски питания на открытом воздухе. Также активизировался формат столовых. Все чаще рестораторы открывают небольшие заведения с линией раздачи и вполне прогнозируемым набором блюд. Отмечается рост численности ресторанов национальной кухни, которые открывают возможность для посетителей приобщиться к ранее неизведанной культуре через ее кухню. На рынке общественного питания получили развитие и сегменты специализированных заведений. Особенно следует отметить кофейни, ставшие неотъемлемой частью жизни мегаполисов. Кофейни активно открываются в новых торговых центрах, но находятся не на одной линии с многочисленными фаст-фудами, а несколько в стороне.

Рыночные отношения в системе индустрии питания по организации внедомашнего питания и досуга получили наибольшее развитие и способствуют формированию эффективного механизма удовлетворения потребностей населения в услугах питания.

¹ Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.

В дореформенный период развития экономики общественное питание рассматривалось как отрасль, основной целью которой являлось удовлетворение потребности людей в услугах по организации питания, реализации и организации потребления.

В настоящее время основная цель предприятий индустрии питания, смысл ее существования заключается в результате деятельности предприятий и граждан-предпринимателей по удовлетворению потребностей населения в питании и проведении досуга, которые являются основополагающими при выборе потенциальных посетителей предприятий питания [3].

Экономическая цель рынка услуг общественного питания заключается в обеспечении эффективного использования потребительских ресурсов для удовлетворения потребностей общества. Реализация этой цели происходит в результате изучения потребностей общества в услугах и представление их многообразия на рынке¹.

Таким образом, можно сказать, что производство услуг общественного питания исходит из реально изменяющихся рыночных условий и потребностей населения. Так, в сфере предоставления услуг общественного питания все участники рынка оказываются в приблизительно одинаковых условиях, что создает огромную конкуренцию среди них. При этом, усиленная конкуренция на рынке, сопровождается положительной динамикой развития отрасли.

Оборот общественного питания в Российской Федерации и Уральском федеральном округе [4]

Наименование	2011	2012	2013	2014	2015	Темп роста, %
Российская Федерация, млрд р.	903,6	1019,6	1 131,5	1 234,1	1 304,8	105,73
Уральский Федеральный округ, млн р.	106 861	114 824	131 234	143 033	148 204	103,62
В том числе:						
Курганская область	3363	3442	3689	3741	3 768	100,72
Свердловская область	39 997	43 843	48 802	53 215	56 041	105,31
Тюменская область	46 675	49 640	58 497	64 494	68 955	106,92
Челябинская область	16 826	17 899	20 246	21 583	19 440	90,07
Доля Уральского федерального округа в товарообороте РФ, %	11,83	11,26	11,59	11,59	11,36	98,02
Доля Свердловской области в товарообороте РФ, %	4,43	4,30	4,31	4,31	4,29	99,54
Доля Свердловской области в товарообороте Уральского федерального округа, %	37,43	38,18	37,19	37,20	37,81	101,64

¹ Общественное питание в современных переходных условиях. URL: <http://www.pit-portal.ru/director/10893>.

Из данных таблицы мы видим, что оборот с каждым годом возрастает – рынок общепита развивается достаточно динамично. Основой данного роста являются увеличение материальных доходов граждан, а так же увеличение покупательской способности; изменение культуры питания, стиля жизни; появление продуктовых инноваций – новые виды напитков, блюд, технологические и технические инновации – автоматизация производства, отдельных операций в технологическом процессе позволяет экономить на затратах на живой труд, ускорить производственный процесс; снижение неопределенности и риска в бизнесе – постоянная и неотложная потребность человека в питании, а также в общении, соответствии требованиям моды и общества снижает уровень риска неликвидности товара.

Конкурентоспособность всех ключевых факторов ведения бизнеса есть надежный стержень опоры экономической политики современной России.

Корпоративное и социальное питание затрагивают организацию питания трудовых коллективов, детей и школьников, студентов и др.

В самостоятельную группу входит питание в самолетах, поездах, морском и автомобильном транспорте, при этом питание в гостиницах является видом деятельности, охватывающим различные сегменты рынка. Определенную специфику имеет выездное обслуживание (кейтеринг).

Рост интереса к качественной и вкусной пище способствует увеличению популярности заведений формата «Открытая кухня» — посетители хотят видеть, как и из чего для них готовят. Так работают такие крупные сети ресторанов как «Макдоналдс», «КФС» и «Сабвей».

Подводя итог вышеприведенным показателям, хочется отметить, что общественное питание сейчас является одним из самых перспективных и быстроразвивающихся направлений пищевой отрасли, самой популярной нишей для открытия бизнеса, которая на примере своего развития демонстрирует уровень социально-экономического состояния страны.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации. М.: Филинь, 1997.
2. Кубина Н. Е., Наркун Е. И. Исследование проблем и перспектив развития регионального рынка общественного питания // Вопросы экономики и управления. 2016. № 3.1.
3. Николаева Т. И. Формирование услуг предприятий общественного питания в условиях развития рыночной экономики // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2015.

П. С. Сунцов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Показное потребление с отрицательным исходом

Аннотация. Гипотеза настроена на отображение внутренних критериев человеческого выбора между двумя материальными вещами.

Ключевые слова: психология; экономическая теория; теория Веблена; человеческие потребности.

Каждый из нас, совершая покупки, хотя бы раз ловил себя на мысли, что потратил деньги впустую. К большинству ненужных трат нас толкает неумение вовремя отказаться от ненужной вещи. Это относится как к мелким покупкам в продуктовых магазинах, так и значительным, например, взятию кредита.

Проведя социальный опрос мы убедились, что люди ежегодно тратят несколько тысяч рублей в год на абсолютно ненужные товары, как оказывается и осознается ими позже. Следует разобраться, что ими движет в момент покупки товара и каким образом это можно предотвратить.

Чтобы понять, что заставляет потребителя совершить такую покупку, необходимо ответить на следующие вопросы:

1) какое влияние оказывает продавец на покупателя во время выбора товара?

2) какое влияние оказывает сам покупатель на выбор товара?

3) какие факторы срабатывают при желании (выборе) товара.

Первый вопрос о влиянии, оказываемом продавцом на покупателя товара.

Уловки продавцов для продажи товаров.

К числу популярных и проверенных уловок, продавцов относятся следующие.

1) нейролингвистическое программирование (НЛП). В большинстве случаев его используют фирмы, которые стремятся продать, как правило некачественный товар. НЛП учит зеркально отражать позу клиента, его настроение, темп и стиль речи. Отражение дает позитивные результаты и клиентом не осознается;

2) стиль поведения продавца («Гипноз»). Продавец говорит мягко и монотонно, словно вводя вас в транс. Вы хотите купить новый теле-

фон. Продавец, подойдя к вам для консультации, начинает называть множество характеристик, говоря, что он вам очень подходит и создан именно для вас. После этого, как правило, у вас пропадает сомнение в выборе товара и места покупки;

3) Метод близкого контакта. Продавцы начинают беседу с близкого и интересного покупателю предмета, так им легче и быстрее наладить с ними контакт. Один из самых безотказных способов утверждение продавца, он имеет такие же, как и у вас, интересы и предпочтения. Если продавец видит у вас в руке автомобильный журнал, то он начнет разговор с вопроса о ваших автомобильных пристрастиях;

4) «Ставка на самолюбие». Продавец старается «раззадорить» клиента, задеть его самолюбие, намекая на его незначительное материальное благосостояние. Продавец, видя в человеке колебания покупателя, начинает расхваливать не товар так как (это может не сработать), а наносит удар по самолюбию человека, произнося: «Это для состоятельных людей», «Этот товар для настоящих ценителей». Продавец намекает покупателю, что ему не хватит денег на этот «эксклюзивный» товар.

5) Иллюзия объективности. Обычно мы соглашаемся с мнением тех специалистов, которые кажутся нам беспристрастными, а не с теми, которые хотят, по нашему мнению, получить для себя какую-то выгоду, убеждая нас. Даже хорошо осведомленные в своей области авторитеты не убедят нас до тех пор, пока мы не убедимся в том, что они объективно представляют факты. При выборе вами ноутбука продавец говорит: «Лучше возьмите соседнюю модель. Она дешевле и характеристики у нее лучше. Да и вообще выбранная вами модель, как заявил производитель, неудачная».

Второй вопрос о алиянии, оказываемом самим покупателем на выбор товара.

1. Существуют люди, которые очень много времени проводят в своих фантазиях. В дальнейшем меняется их видение жизни, происходит частичный уход от реальности, изменяются взгляды на жизнь. Все это может привести к аддикции (зависимости) от фантазий. Это одно из проявлений в человеке быстрой и необдуманной покупки. Такие действия (мысли, зависимости) могут появиться из-за каких-либо неудач в жизни, нереализованных желаний.

2. Люди, покупающие «нужный» товар, лишь ненадолго улучшают жизнь. Такой эффект появляется из-за эмоционального всплеска. Данный человек хорошо живет в тот период времени, когда хвастается своей новой покупкой перед другими людьми. После покупки он очень рад появлению новой вещи в его жизни, думая, что она изменит смысл бытия, но через некоторое время пропадает возбуждение от приобретения

товара и ему снова хочется купить что-нибудь новое. Такой человек, как правило, не склонен к планированию своей жизни на ближайшие несколько лет (откладываниям, сбережениям, экономии).

На самом деле, такие люди сами себя обманывают. После таких эмоциональных всплесков у них меняется видение жизни, видение других прелестных, радостных аспектов человеческой жизни, появляется, так называемая, зависимость «шопоголизм». «Шопоголики» перестают задумываться о товарах первой необходимости, покупая товары Веблена, потому что желание произвести впечатление выше, чем человеческие нужды. В следствии, отсутствием средств они вынуждены покупать товары низшего качества для удовлетворения первичных потребностей. Когда они вновь получают деньги, все повторяется. Можно сделать один из выводов, это желание произвести впечатление выходит на первый план. Так «шопоголизм» полностью затмевает головы людей, что они даже забывают об удовлетворении первичных потребностей.

3. В нашем времени все чаще проявляется человеческая агрессия. Вследствие этого, люди стали чаще уходить в свой второй мир, мир желаний и фантазий. Это также приводит к покупке ненужных и дорогих товаров. В мыслях покупателя себе накручивают больше, чем товар может из себя представлять, показаться в действительности. Постепенно переходя в эскапизм «Уход от реальности».

Третий вопрос о факторах определяющих стремление купить товар:

1) реклама стала оказывать огромное влияние на людей, даже переходит некоторые границы, и очень сложно разобраться какие меры нужно принимать против рекламных агентов, которые делают свои рекламы очень эффективными. Можно предположить, что маркетинговые технологии достигли своего максимального прогресса;

2) известный немецкий философ Артур Шопенгауэр писал, что «люди думают, что они поступают по собственному желанию, но на самом деле ими движет чужая воля». Под чужой волей можно предположить степень их образованности и начитанности. Как показывает практика образованный человек не уделяет много времени и внимания товарам Веблена, тем более их покупкам;

3) если у человека на первом месте стоит желание купить товар Веблена, то у него пропадает выбор между покупкой высококачественного или среднего по качеству продукта питания. Его разум, желание и бюджет свидетельствуют о том, что человек забывает о товарах первой необходимости. Из-за этого у него не остается выбора при покупке товара первой необходимости нужного качества и он сможет себе позволить только товары низкого качества – товары Гиффена;

4) «завтрак аристократа». Почему товары Гиффена не так популярны, как товары Веблена? Ответ прост. Затраты на их рекламу предельно низки, качество товара тоже на низком уровне, нет «брендовости», красивой и привлекательной упаковки. В большинстве случаев товары Гиффена нужны для удовлетворения первичных потребностей;

5) люди стараются получить желаемое за минимальный промежуток времени и с минимальными затратами усилий. Это часто приводит к кредитным кабалам.

Можно вовсе отказаться от услуг консультирования продавцом, но в таком случае необходимо хорошо знать составное приобретаемого товара. Есть метод, я его называю «подготовленный ученый», суть его в том, что еще на стадии подбора товара покупатель знает точные характеристики, которыми должен обладать товар и уже с ними обращается к продавцу. Существует еще множество советов помогающих правильно приобрести товар. Можно сказать, что избежать всех подводных камней не всегда удастся, даже очень хорошо подготовившись.

Потребитель не может совершить должного выбора, так как принимает неразумные решения и не задумывается о последствиях. Все это происходит из-за недостатка знаний о товаре, громкой рекламы, манипуляций продавцов, ложных фантазий, шопоголизма и так далее. Люди думают, что с приобретением нового товара жизнь станет легче, приятней, менее раздражительной, но это глубокое заблуждение. В наше время такое явление встречается довольно часто.

Научный руководитель *Е. А. Корсакова*

Т. К. Тимербаева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Особенности психологического воздействия рекламы на потребителя

Аннотация. В статье рассматриваются особенности воздействия современной рекламы на потребителей. Раскрывается содержание психологических методов, которые активно применяются в рекламных сообщениях для привлечения потенциальных потребителей.

Ключевые слова: реклама; рекламное сообщение; потребители; метод убеждения; метод лингвистического манипулирования; привлечения.

Ученые и специалисты рассматривают рекламу как направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого производится распространение информации для привлечения внимания к объекту рекламирования с целью формирования или поддержания интереса к нему.

Компании для привлечения потенциальных клиентов, используют различные методы, прежде всего – психологические. Маркетологи регулярно мониторят потребительский рынок, чтобы понять потребности своих клиентов и определить пути воздействия на них через рекламу.

Основная цель и предназначение рекламного сообщения основывается на стимулировании продаж здесь и теперь, либо – на долгосрочный период. Для этого необходимо воздействовать на психические структуры человека с помощью различных методов и приемов как на сознательном, так и на бессознательном уровнях. Для того, чтобы потребитель заинтересовался тем или иным предложением, важно привлечь его внимание с помощью яркой упаковки или запоминающегося рекламного объявления. Акцент делается либо на самом товаре, либо на ценовом предложении, в зависимости от стоящей перед компанией задачей. Кроме того, можно укрупнить товар или цену, чтобы сфокусировать на нем внимание потребителя, так сказать внушить ему определенную потребность.

Психологи определяют внушение как многократное повторение одних и тех же установок в виде слов, текстов или многократное предъявление одних и тех же оптических образов. Сила рекламы как раз и заключается в частом повторении информации, при этом в рекламном сообщении что-то может меняться, но не сам посыл. Внушение носит, как правило, вербальный характер, ему больше подвержены дети, подростки, молодежь, а также взрослые в состоянии утомления или усталости.

Обычно для реализации рекламных целей используются следующие психологические методы: метод убеждения; метод внушения; элементы гипноза; психоаналитический метод; метод нейролингвистического программирования (НЛП); метод лингвистического манипулирования [1]. Рассмотрим подробнее перечисленные методы.

Метод убеждения широко используется в рекламе. Суть его заключается в том, что с помощью определенных аргументов раскрывают преимущества товара и убеждают в необходимости его покупки. Процесс убеждения предполагает критическое осмысление полученного рекламного сообщения, его соотнесение с предыдущим своим или чужим жизненным опытом. Например, активно действующий телеканал по продаже различных товаров убедительно рассказывает и показывает, насколько полезен и удобен в применении в домашних условиях, тот или иной товар.

Метод внушения применяют для привлечении потребителя к рекламному послылу через настроение, внешнее впечатление, идею. Если при убеждении высока роль логики и рациональной оценки рекламируемого объекта, то при внушении на первый план выходит эмоциональ-

ность, влияние авторитета, доверие к групповому или общественному мнению. Чаще всего используют желание многих людей быть здоровым, иметь успех и высокий социальный статус. Примером такой рекламы является пропаганда здорового образа жизни через использование спортивной одежды фирмы NIKE, Adidass и др.

Использование гипноза – привилегия специалистов, в данном контексте речь идет скорее о применении элементов гипноза. Например, когда хотят получить бессознательное подчинение приказу, комментируют, спрашивают или советуются с потребителем, не давая прямых указаний. Для этого используют различные речевые стратегии, стимулирующие бессознательное выполнение приказа. Чаще всего используются такие техники как: трюизм (гипнотическая замена команды); иллюзия выбора; предположение; команда, скрытая в вопросе.

Психоаналитический метод предполагает реализацию двух условий: во-первых, товар должен быть привлекательным подсознательно; во-вторых, основа привлекательности товара – сексуальность в широком смысле слова. Например, реклама «моделью» нижнего белья «от кутюр».

Метод НЛП включает три этапа воздействия на потребителя:

- 1) установление психологического контакта с объектом;
- 2) налаживание и поддержание с ним процесса коммуникации;
- 3) побуждение объекта к соответствующему желательному поведению.

Например, реклама порошка Тайд: «Хорошие хозяйки выбирают Тайд». Почему они выбирают именно Тайд? Как это связано с тем, что они хорошие? Каждый найдет в этом свою логику, подтвердив тем самым мета-сообщение связки. Если вы выбираете Тайд, значит вы хорошая хозяйка. В большинстве случаев мета-сообщение воспринимается на бессознательном уровне.

Метод лингвистического манипулирования – это использование особенностей языка и правил его употребления с целью скрытого воздействия на адресата в нужном направлении. Скрытого, значит неосознаваемого адресатом. Специалисты часто пользуются приемами языкового манипулирования. К примеру, в рекламе батареек «Duracell»: «Duracell. Непростая батарейка. Испытания доказали, что «Duracell» работает дольше, чем обычные батарейки. Duracell – батарейка с золотой каймой. Ничто не работает так долго». Суть этого приема состоит в том, чтобы показать преимущества товара на фоне товаров, явно уступающих ему по своим характеристикам. Именно поэтому сравнение проводится не с аналогами, а с товарами предыдущего поколения и даже в строго логическом смысле является некорректным.

Для привлечения потребителей важно также правильно подобрать цветовую гамму, которая не в последнюю очередь влияет на выбор и дальнейшую покупку товара. Например, красный цвет – это движение вперед, агрессия, он идеально подойдет для продвижения молодежного бренда. Желтый цвет – это тепло и энергия, его можно использовать для продвижения детских товаров или услуг по туризму. Зеленый цвет – это здоровье и природа, широко используется в рекламе медицины и здорового питания. Серый цвет – нейтральный, ассоциируются со стилем и солидностью, поэтому его часто используют в рекламе дорогостоящих изделий¹.

Психологи считают, что эмоциональная память человек сильнее остальных видов памяти. Если у потребителя возникает симпатия к товару, то это может мотивировать его к дальнейшей покупке, так как он уже испытывает аттракцию, позитивные эмоции. А если потребитель не находит ничего интересного для себя в эмоциональном плане, то желание покупки может и не появиться.

Важно иметь в виду, что в рекламном сюжете необходимо спроектировать весь эмоциональный спектр. В противном случае эмоции у потребителя могут прерваться и быстро угаснуть [2].

Нередко можно увидеть на рекламных плакатах лица людей, выражающих неадекватные тексту информации или сюжету эмоции, что отталкивает потребителей, вызывает недовольство и раздражение. Серьезную работу приходится вести рекламным агентствам по преодолению внутренних эмоциональных антипатий, путем проведения, изучения и анализа результатов маркетинговых и психологических исследований. Довольно часто негативные эмоции появляются за счет многократного повторения рекламы на радио и телевидении. Выяснилось, что наиболее сильное неприятие у россиян наблюдается к теле- и радио-ролика (реклама неприятна 54% респондентов) и баннерной рекламе (негатив зафиксирован у 46% опрошенных), а менее негативное отношение - к печатной прессе (37%) и наружной рекламе (33%)².

Таким образом, современные рекламные агентства широко используют разнообразные, в том числе, психологические методы воздействия на потребителя, главное – уметь отделить назойливость от активности, а манипуляцию от влияния.

¹ *Тест* Макса Люшера. URL: <https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fwiki.iteach.ru%2Fimages%2F5%2F5d%2FUchenik1Tis.pdf&name=Uchenik1Tis.pdf&lang=ru&c=58d27f6ebcf6&page=8> (дата обращения: 20.03.2017).

² *Информационный сайт «Маркетинг, реклама и PR – Sostav.ru»*. URL: <http://www.sostav.ru/publication/rossiyane-ne-lyubyat-bannery-i-tv-reklamu-18616.html> (дата обращения: 10.03.2017).

Библиографический список

1. *Оконечникова Л. В.* Психологические методы исследования рекламы: учеб.-метод. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014.

2. *Жерлыгина Л. В., Юшкова Т. А.* Эмоции и мозг: что чем управляет? // *Мировая наука и образование в условиях в условиях современного общества:* сб. тр. М.: АР-Консалт, 2014.

Научный руководитель *Т. А. Юшкова*

Н. И. Толмачева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Организация ивент-мероприятий как форма продвижения детской одежды

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению традиционных и новых способов продвижения товара на розничном рынке детской одежды, в частности, речь идет о проведении ивент-мероприятий как важного инструмента событийного маркетинга. Дается также характеристика рекламного события как элемента продвижения товара.

Ключевые слова: ивент-мероприятие; продвижение детской одежды; событийный маркетинг; рекламное событие.

Реализация детской одежды на розничном рынке – одно из самых успешных направлений в торговой деятельности. Тем не менее, в условиях конкурентной среды существует необходимость создания кампаний по продвижению того или иного бренда сети детской одежды. Традиционные элементы коммуникации перестают быть эффективными: билборды, телевизионные каналы и радиостанции уже недостаточно привлекают внимание целевых аудиторий. Наряду с традиционными рекламными носителями компании внедряют новые способы продвижения товаров, такие как организация ивент-мероприятий и другие формы событийного маркетинга.

Событийный маркетинг является маркетинговым инструментом и представляет собой комплекс ивент-мероприятий, организованных с целью оказания воздействия на аудиторию и ее мнение. Этот инструмент относится к «below to line» (под чертой), BTL – это часть маркетинга, направленная на прямую коммуникацию с клиентом, результатом которой является получение обратной связи от клиента.

Ивент-мероприятие (от англ. event – событие) – это узконаправленное событие, организованное компанией или специальным агентством и предполагающее взаимодействие с группой людей, являющихся целевой аудиторией компании [3]. Оно ограничено во времени и предполагает удовлетворение потребностей клиента.

Различают внутренние и внешние ивент-мероприятия. Первые организуются для внутренней мотивации сотрудников компании, вторые – непосредственно для клиентов, партнеров, журналистов. Следует отметить, что любое ивент-мероприятие является интерактивным, включает развлекательный аспект и сопровождается праздничной атмосферой. [3]

Примером удачного использования ивент-мероприятий для продвижения детской одежды O'STIN Kids может служить регулярное участие компании O'STIN в показах детской одежды, организованных в торгово-развлекательных центрах многих российских городов. Целью такого события является поддержание лояльности к бренду и демонстрация новых коллекций. Практически всегда после проведения подобных мероприятий происходит увеличение продаж: в среднем количество проданных единиц товара после проведения очередной акции достигает 5–10% недельного товарооборота. К тому же эмоциональная насыщенность мероприятия способствует привлечению новых клиентов. Эти результаты свидетельствуют о том, что событийный маркетинг в сфере реализации детской одежды может стать одним из приоритетных направлений деятельности компании.

Маркетинговая деятельность способствует точному попаданию в целевую аудиторию. Организация ивент-мероприятия позволяет адресно обратиться к необходимой группе клиентов и сразу получить обратную связь [1].

К примеру, торгово-развлекательная площадка HappyLon, действующая на рынке развлекательных услуг для детей, организует мероприятия (флешмобы, тематические вечеринки, конкурсы призов) для детей и родителей, которые связаны с актуальными для данной аудиторий событиями. Последним из таких мероприятий было проведение «Дня Рождения» площадки HappyLon в формате дневной развлекательной программы выходного дня. В нее входили: фотовыставка с героями из известных мультфильмов, флешмоб (организация массового события в форме танцевального номера, в котором могут принимать участие все желающие) с участием персонажей HappyLon, показ моделей детской одежды брендов, представленных в торговом центре.

Следует отметить, что указанные события, а также специфика мероприятия, подбор музыкального сопровождения, количество приглашенных гостей, подбор декораций и оборудования, выбор ведущего, оформление зала и другие факторы являются элементами рекламного события этой кампании (рекламное событие — это непосредственный контакт целевой аудитории с рекламным сообщением) [2].

Организация ивент-мероприятия имеет свою структуру, предполагающую определение цели, конкретизацию рекламного события, фор-

мирование структуры мероприятия и увеличение числа продаж как ожидаемого результата.

В продвижении детской одежды через организацию мероприятий можно выделить мотивы, по которым организация делает выбор в пользу данного метода продвижения. Компания может использовать его, преследуя одну из четырех целей:

- повысить уровень лояльности потребителя к товару/бренду;
- продемонстрировать товар, который является наиболее выгодным для продаж;
- оценить и повысить уровень узнаваемости бренда;
- сформировать позитивный образ компании в глазах потребителя.

В качестве примера реализации первой из перечисленных целей можно привести мероприятие по повышению уровня лояльности к компании Бубль Гум.

В розничных магазинах города Екатеринбурга компанией были организованы праздничные мероприятия с участием аниматора, позволившие детям увлекательно провести время, а родителям – сделать необходимые покупки. В результате дневной товарооборот оказался на 12% выше по сравнению с тем же днем на прошлой неделе¹.

После выбора цели компания может более детально и конкретно определить событие или направление, которое будет оптимальным для продвижения необходимого бренда, т. е. – соответствовать позиционированию бренда и предыстории рекламирования бренда.

После этого должна быть сформирована структура мероприятия. Это производится для того, чтобы исключить неверное восприятие события, а также грамотно и целесообразно выделить его этапы. С точки зрения воздействия ивент-мероприятий на потребителей, последних можно разделить на следующие группы:

- потребители, не знающие представляемый товар;
- потребители, знакомые с товаром, но не знающие о его преимуществах;
- потребители, убежденные в преимуществах товара не в полной мере;
- потребители, приобретающие товар, в котором уверены.

В данном случае организация любого рекламного события сети детской одежды будет охватывать все четыре категории потребителей, так как аудитория любого магазина детской одежды – родители, которые изначально выбирают для своих детей качественную продукцию. Например, магазин Asoola на всех площадках информирования (ин-

¹ Энциклопедия маркетинга. Событийный маркетинг. URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/special_events.htm.

тернет-сайт, печатные материалы в местах продаж) активно демонстрирует и описывает составы тканей, предоставляет скидки на определенные модели. Для родителей возможность дистанционно получить подобную информацию повышает степень доверия к бренду и товарному ассортименту.

В результате осуществления кампании по продвижению товара (бренда) организацией должны быть проанализированы итоги мероприятия по параметру эффективности ивент-продвижения для данного магазина, то есть соответствует ли полученный результат одной из тех целей, которую ставила компания.

Полученные выводы компания может использовать для последующей коммуникации с клиентами. Речь идет о создании пресс-релиза, оформлении результатов мероприятия в торговом зале магазинов, на интернет-сайте, в печатной и телевизионной рекламе.

Таким образом, методы и способы продвижения товаров и услуг зависят не только от целей и задач компании, но и от использования, наряду с традиционными методами, других каналов продвижения, в том числе, ивент-мероприятий.

Библиографический список

1. *Берлов А., Шумович А.* Смешать, но не взбалтывать: практ. пособие. М: Альпина Паблишер, 2013.
2. *Романцов А. Н.* Ивент-маркетинг. Сущность и особенности организации: практ. пособие. М.: Дашков и К°, 2013.
3. *Шумович А.* Великолепные мероприятия. Технологии и практика event management: практ. пособие. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011.

Научный руководитель *Т. А. Юшкова*

Проблемы и перспективы развития малого предпринимательства в Российской Федерации

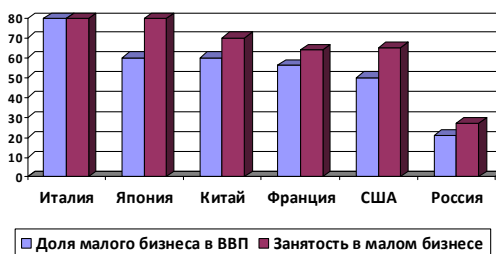
Аннотация. В статье рассмотрены основные тенденции и проблемы развития малого предпринимательства в стране, рассмотрены перспективные направления развития малого предпринимательства в Российской Федерации.

Ключевые слова: малое предпринимательство; тенденции развития малого предпринимательства; проблемы малого предпринимательства; стратегия развития малого предпринимательства.

Огромную роль в национальной экономике страны играет современное состояние малого предпринимательства и дальнейшие пути развития данного сектора экономики. Малое предпринимательство является неотъемлемой частью рыночных отношений. Развитие малого предпринимательства является одним из важнейших показателей степени успешности рыночных реформ, уровня эффективности конкурентной экономики. Развитие малого предпринимательства оказывает влияние на экономический рост, ускорение научно-технического прогресса, насыщение рынка товарами необходимого качества, создание новых дополнительных рабочих мест. Таким образом, малое предпринимательство решает многие актуальные экономические, социальные и другие проблемы.

В настоящее время в Российской Федерации действует примерно 5 767,8 тыс. субъектов малого предпринимательства, которые создают около 20% ВВП страны и обеспечивают занятость 27% населения.

Самым важным показателем состояния национальной экономики является валовый внутренний продукт. На рисунке показана доля малого предпринимательства в ВВП разных стран и доля занятых на предприятиях малого бизнеса.



Доля малого предпринимательства в ВВП и доля занятых в малом бизнесе в разных странах 2015 г, %

Так, у большинства стран доля малого предпринимательства в ВВП страны занимает от 50 до 80%, в России же эта доля составляет порядка 21%. Доля занятых на предприятиях малого бизнеса свыше 60%, что показывает огромную социальную значимость малого предпринимательства в других странах. В Российской Федерации же доля занятых на предприятиях малого бизнеса составляет 27%.

Таким образом, нами были выявлены как положительные, так и отрицательные тенденции развития малого предпринимательства в Российской Федерации.

Положительной тенденцией развития малого предпринимательство способствуют следующие условия:

- низкий уровень стартового капитала;
- простота в управлении малым предприятием;
- быстрота в принятии решений;
- взаимодействие руководителя с подчиненными, контроль над компанией;
- гибкость структуры малого предприятия;
- государственная поддержка.

Но существуют и трудности в развитии малого предпринимательства в России. Среди наиболее значимых на данный момент можно выделить:

- ограниченность финансовых средств предприятия;
- значительный уровень риска;
- жесткая конкуренция;
- конкуренция со стороны крупных предприятий;
- высокие производственные издержки;
- серьезные трудности в период экономической нестабильности;
- трудность в получении кредита;
- высокий уровень налогообложения;
- существует ограничения в некоторых сферах деятельности.

Конечно, в настоящее время в Российской Федерации существует большое количество различных способов поддержки малого предпринимательства. Различные структуры поддержки малого и среднего предпринимательства в основном проводят информационно-консультативную поддержку для начинающих или уже существующих предпринимателей, это безусловно полезно и может служить хорошим стартом для начинающих предпринимателей или выхода из проблемной ситуации для уже начавших свой бизнес предпринимателей. Но в этом бизнесе важна и материальная поддержка. Многие предприниматели не желают начинать свой бизнес из-за финансовых проблем (высокая арендная плата, большие кредитные ставки по проценту, дорогие про-

изводственные ресурсы), начинающему предпринимателю такие затраты зачастую бывают не по карману.

Государство также выделяет различные субсидии и гранты, но, по мнению автора, ими может воспользоваться лишь малая часть предпринимателей.

Но среди государственных мер по поддержке малого предпринимательства существуют и такие, которые не до конца учитывают интересы малых предприятий. В них входят такие меры, как отмена льготы по налогу на имущество организаций для плательщиков специальных налоговых режимов, введение торгового сбора, произвольные изменения схем размещения нестационарных торговых объектов в отдельных субъектах Российской Федерации и ряд других мер.

Основным регулятором экономики малого предпринимательства выступает государство. Основные проблемы малого предпринимательства вполне решаемы. Деятельность государства в поддержке развития малого предпринимательства необходима и способствует его дальнейшему перспективному существованию. Развитие и совершенствование условий существования в структуре национальной экономики малого предпринимательства выгодно государству в первую очередь, так как именно малое предпринимательство способствует положительному росту ВВП, стабильной занятости населения и значительному уровню налоговых поступлений в государственный бюджет. Таким образом, большое количество малых предприятий в национальной экономике поднимет налоговые поступления в бюджете государства на более высокий уровень. Развитие малого предпринимательства способствует подъему национальной экономики на международной арене.

Для развития и совершенствования сектора малого предпринимательства могут быть предложены следующие действия:

- снятие административных барьеров для субъектов малого предпринимательства, препятствующих занятию рыночных ниш на региональных и муниципальных рынках товаров, работ и услуг;

- развитие менее распространенных видов деятельности малого предпринимательства.

- стимулирование коммерческих банков к расширению кредитования для малого предпринимательства;

- субсидирование или предоставление специальных льготных финансовых заимствований или других инструментов поддержки субъектам малого предпринимательства, осуществляющим свою деятельность на менее развитых территориях страны по показателям деятельности малого предпринимательства;

- совершенствование политики в области налогообложения;

раскрытие предпринимательского потенциала, популяризация предпринимательской деятельности.

развитие рынка труда и обеспечение легализации работников
создание единой информационной инфраструктуры для малых предприятий.

Научный руководитель *В. А. Благинин*

Е. Д. Черданцева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Импортозамещение в ресторанном бизнесе

Аннотация. В статье рассматривается вопрос о политике импортозамещения, который коснулся рестораторов России, а также плюсы импортозамещения на российском рынке.

Ключевые слова: импорт; импортозамещение; ресторанный бизнес; национальная экономика; сельское хозяйство.

В последние годы вопрос об импортозамещении стал наиболее актуальным в связи с введением санкций на многие продукты, которые были очень распространены среди жителей России. Особенно эта проблема коснулась владельцев ресторанного бизнеса, ведь в состав большинства блюд входили продукты из-за границы. Вследствие чрезмерного использования импортных продуктов и расширения экономических связей, национальная экономика начала терять свою независимость, многие сегменты рынка страны оказались под полным контролем зарубежных производителей. Государству пришлось принимать вынужденные меры по стремительному восстановлению национальной экономики и разрабатывать политику импортозамещения. Об этом было объявлено на XVIII экономическом международном форуме, проходящем в Санкт-Петербурге. Была принята «Доктрина продовольственной безопасности», которая предусматривает обеспечение продуктами питания собственного производства на 80–95% к 2020 г. На данный момент правительство РФ подготовлено свыше 1700 проектов по поднятию производства отечественных продуктов в 18 отраслях, что позволяет быть независимыми от импорта по некоторым отраслям. В такие проекты вошла и сельскохозяйственная отрасль. Государство смогло обеспечить жителей сырами, мясом, вином, овощами, фруктами, молочными продуктами и даже морепродуктами собственного производства.

Плюсы такой политики: во-первых, цена гораздо ниже на вышеперечисленные продукты российского производства, нежели были цены на импорт с учетом таможенных тарифов; во-вторых, эти продукты не

менее вкусные, российские производители сумели поднять планку качества так, что вкус и качество продуктов ничуть не хуже предшественников; в-третьих, уровень национальной экономики значительно поднялся, а также возобновилось производство многих секторов производства.

На данный момент, рестораны также функционируют, продавая блюда с импортозамещенными продуктами, которые нравятся гостям. Рестораторы смогли без ущерба качеству заменить некоторые ингредиенты на российские.

Политика импортозамещения – это, несомненно, плюс для России и российской экономики. Если развитие будет продолжаться в таком же темпе, Россия сможет обеспечить качественными продуктами не только себя, но и соседние страны.

Научный руководитель *Е. Н. Алимова*

В. С. Черных

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Подростковые психологические травмы: особенности развития и способы профилактики

Аннотация. Психологические травмы являются одной из самых распространенных проблем, с которой сталкиваются люди. В статье рассматриваются предпосылки их формирования.

Ключевые слова: подростки; молодежь; психологические травмы; питание.

Данная проблема существует достаточно давно и над ее решением трудились много различных специалистов.

Выделяют следующее определение психологической травмы - это повреждения психики, которые приводят к заметному нарушению ее нормального функционирования. При психологической травме нарушений функций психики нет, у человека остаются возможности быть адекватным и успешно адаптироваться к среде¹.

Если пример с детской психологической травмой иногда даже предсказуем, то с подростковой чуть сложнее. На подростковый период приходится большое количество проблем: здесь происходит и взросление, и половое созревание, в то же время подросток уже не ребенок, а, значит, способен высказать свое мнение, часто противоречащее позиции родителей [4].

¹ Форум «Шизофрения и Я». URL: <https://schizonet.ru> (дата обращения: 20.03.2017).

Конечно, зачастую психологические травмы уходят корнями в детство, но, если в подростковом возрасте от них не избавиться, то в дальнейшем это будет сделать гораздо труднее.

Исследователь и психолог Б. Браун отмечает, что на подростков сильное влияние оказывают стресс и стыд. Боязнь сделать чего-то не так, опозориться в кругу друзей, не выделяться из массы, следовать толпе – все это в большинстве идет наперекор воли самого подростка, а это плохо сказывается на психике. [1]

Психолог М. Локоткова убеждена, что в подростковых психологических травмах виноваты еще и родители. Речь идет не только о поддержке и воспитании своего чада, но и о способах, которые просто недопустимы. Например, повышение голоса или какие-то радикальные меры могут нанести серьезный вред психике подростка, даже если это было в воспитательных целях¹.

Интересно, но Д. Сеньор, которая всю жизнь занималась политической журналистикой, вдруг заявила в журнале New York Magazine, что старшая школа просто ломает подростковую психику. Учителя могут как-то публично унижить или оскорбить ученика, который не так хорош по успеваемости, как другие. Цели, опять же, воспитательные, но в следующий раз этот подросток всячески будет избегать этого преподавателя, а в будущем и вовсе игнорировать все, что не сможет осилить, дабы опять не попасть в неловкую ситуацию².

Отдельно стоит выделить мнение подростка. Оно уже не такое, как раньше, он где-то хочет вставить свои идеи, взгляды, но если они были отторгнуты, то подросток начинает замыкаться в себе. А ведь вполне возможно, что из него бы получился отличный журналист или писатель, критик, но из-за шаблонной школьной программы ему негде применить свои навыки, он боится попасть в ситуацию, где его пристыдит педагог.

Психологи выделяют молодежь, как самую восприимчивую к изменениям часть социума, она очень динамична, легко выходит за рамки, в которые ее загоняют[2]. В этом возрасте формируется пространство противоречий, которое приводит к депривации. Подростки не получают достаточного удовлетворения своих потребностей. Кроме того, все это сопровождается агрессией [3].

Становится понятно, что сам по себе этот возраст считается достаточно сложным, и в то же время опасным, именно в этом периоде

¹ *Подростковые* психологические травмы. URL: <http://www.lokotkova-marina.ru> (дата обращения: 20.03.2017).

² *Подростковая* травма – это на всю жизнь. URL: <http://rus.azattyk.org/amp/russia-usa/24888787.html> (дата обращения: 20.03.2017).

формируется личность, но, когда вокруг столько проблем, разногласий и сложностей, то можно ли нормально закрепить полученные знания и создать свой образ? Если молодой человек или девушка возьмет себя в руки, не будет «накручивать» проблемы и адекватно оценивать ситуацию, то трудности останутся позади.

Но, если по каким-то причинам у подростка это сделать не получилось, то есть риск, что у него останется психологическая травма. Он станет бояться и нервничать по мелочам, даже бытовые дела могут привести к стрессу. А вдруг пришедшей с работы маме что-то не понравится, она начнет отчитывать и ругаться... Подобными мыслями представитель молодежи окончательно загонит себя в угол, еще хорошо, если позже он осознает, что в количестве дел нет никакой тревоги, они делаются очень быстро, а мама не станет нагнетать, если работа выполнена хорошо. А если этого не произошло, то вся суматоха в голове перейдет во взрослую ступень жизни, и тогда уже психологическая травма у мужчины или женщины закрепится надолго.

Как мы помним, важную роль в воспитании играют не только родители, но и школа, выполняющая воспитательную функцию, именно там появляются первые друзья, любовь, ответственность и многое другое. Одноклассники, товарищи участвуют в формировании личности, чаще они носят негативный оттенок, мальчиков часто берут на «слабо», друг предлагает закурить, если подросток не сделает этого, то, как и на примере с учителем, его будут оскорблять, унижать, он потеряет авторитет. Если не поддастся искушению, то его связь с обществом будет утеряна, но с другой стороны, тот же друг, наоборот, может сказать, что делать этого не надо, вредные привычки останутся до конца жизни, от них сложно избавиться¹.

В заключении стоит отметить важность формирования стойкости характера, воли, убеждений подростка. Правильное воспитание с малых лет оградит ребенка от психологических травм, потери друзей, поможет развитию его способностей и талантов.

Библиографический список

1. Браун Б. Дары несовершенства. М.: Альпина нон-фикшн, 2014.
2. Кемалова Л. И., Корнильцева Е. Г. Молодежь переходного общества: проблема ценностной депривации. // Категория «социального» в современной педагогике и психологии: материалы II науч.-практ. конф. (заочной) с Междунар. участием (Ульяновск, 2–3 апреля 2014 г.). Ульяновск: SIMGET, 2014.

¹ Подростковая травма – это на всю жизнь. URL: <http://rus.azattyk.org/amp/russia-usa/24888787.html> (дата обращения: 20.03.2017).

3. Кемалова Л. И., Корнильцева Е. Г. Система ценностей молодежи в условиях современного общества. Курган: Уральский институт управления, экономики и права, 2014.

4. Корнильцева Е. Г., Щербинин И. В. Проблемы семьи в современной России // Молодежь XXI века: потенциал, тенденции, перспективы: сб. материалов Всерос. молодежной науч.-практ. конф. с Междунар. участием (Екатеринбург, 19–20 ноября 2013 г.): в 2 т. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. Т. 2.

Научный руководитель Е. Г. Корнильцева

П. М. Чернышов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Тенденции развития интернет-зависимости в аспекте увлечения компьютерными играми. Киберспорт

Аннотация. Целью настоящей публикации является выявление особенностей развития интернет – зависимости от компьютерных игр: причины появления, симптомы, последствия и способы ограничения.

Ключевые слова: интернет-зависимость; видеоигры; компьютерные игры; киберспорт.

Интернет-зависимость – это навязанное людям стремление использовать интернет, проведение избыточного количества времени в сети, ограничивающее реальную жизнь.

Интересно, что в медицине интернет-зависимость до сих пор не признается психическим расстройством, так как доказан позитивный эффект пользования интернетом на мозг человека. Использование Интернета вызывает активацию областей мозга, отвечающих за речь, чтение и память. При поисковых запросах в Интернете стимулируются мозговые центры, контролирующие процесс принятия сложных решений. Действительно, использование интернета дает людям много плюсов, ведь интернет изначально создан для облегчения жизни человека. В первую очередь это непревзойденная платформа для связи с близкими на расстоянии, а также возможность обмена опытом – дистанционное обучение. Во-вторых, это возможность упростить решение бытовых задач. Будь то бы оплата счетов в банке, покупка одежды или оформление документов.

Свою жизнь без интернета не могут представить многие. Он прочно вошел в наш обиход и уже давно стал не просто каким-то сервисом, а необходимостью, без которой в современной реальности приходится неуютно и порой достаточно сложно.

Полезьа интэрнета невероятнo высока, однако и вред может оказаться не малым. Когда говорят о пагубном влиянии интэрнета, на ум сразу приходит выражение интэрнет – зависимость. Конечно в таком явлении как интэрнет намного больше плюсов, нежели минусов. И каждый человек выбирает свой путь в интэрнете – развитие или наоборот.

Главным неоспоримым недостатком интэрнета безусловно является неконтролируемый поток информации, способный оказывать влияние на психику человека. Специалисты выделяют следующие группы интэрнет – зависимости:

«1. Необходимость в общении. Данная проблема выражается в использовании различных чатов, социальных сетей для удовлетворения нужды в общении. Этой проблеме подвержены люди, которым легче общаться в виртуальном, чем в реальном пространстве. Однако, зависимость от виртуального общения приводит к тому, что люди создают для себя иллюзию общения, считая себя вполне коммуникабельными людьми, т.к. они имеют большое число «друзей» в социальных сетях. Но, несмотря на постоянное общение в «параллельном мире», люди, зачастую, не только не повышают свои коммуникативные навыки, а наоборот, закрываются в себе.

2. Чрезмерное увлечение компьютерными играми. Механика данной зависимости состоит в том, что человек отождествляет себя с компьютерным персонажем и, таким образом, уходит из реального мира с его проблемами в мир виртуальный, где все ярко и красочно.

3. Навязчивая потребность в поиске новой информации. Проблема заключается в том, что человек не контролирует потоки поступающей информации, большая часть которой не является полезной и не успевает усваиваться»¹.

Зависимость от компьютерных игр - психологическая зависимость, проявляющаяся в навязчивом увлечении компьютерными и видеоиграми.

Компьютерные игры часто становятся объектом критики в сети, но более остро они обсуждаются в реальной жизни.

Первая компьютерная игра появилась еще в далеком 1952 г. и представляла собой примитивное противостояние двух космических кораблей. Фантастическое развитие мира компьютерных игр сейчас, сложно описать одним словом. Компьютерные игры в наше время, это не просто способ отдохнуть или отвлечься. Это образ жизни. Но к сожалению

¹ Багаева Е. А. Мылтасова О. В. Интернет в жизни современной молодежи: проблемы и перспективы // Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования: материалы XIX Междунар. конф. Екатеринбург: УрФУ, 2016.

этот образ жизни не всегда дает положительные эффект. Кто – то зарабатывает на компьютерных играх себе на жизнь, кто-то находит в этом способ развлечения, а кто-то прячется в них от неудач и забот реального мира. В данной публикации хотелось бы рассмотреть плюсы и минусы интернет-зависимости, а также подумать над тем, как можно с ней побороться.

Рынок компьютерных игр стремительно развивается, точно так же как увеличивается количество потребителей данного продукта. По данным статистики около 80–90% геймеров являются интернет-зависимыми. И это составляет серьезную проблему для общества по ряду причин. Главным в этом вопросе становится то, что так называемое «поколение геймеров» настоящего несет серьезную проблему для развития общества в целом. Ведь человек, который большую часть свободного времени проводит в виртуальном игровом пространстве, становится все менее устойчивым к реалиям жизни. Это проявляется в их неспособности общаться с другими людьми лицом к лицу, выстраивать контакт, переживать неудачи и разочарования на работе. Но самое страшное здесь: это проблемы в семье. Члены семьи геймера страдают больше всего, ведь он жертвует своим вниманием к близким, выполнением домашних обязанностей. Помимо таких острых проблем, существуют и более частные – физиологические и социально-экономические. К физиологическим относятся – гиподинамия, ухудшение питания, появление нервозности, агрессия, падение зрения, головные боли и проблемы с суставами. Из социально – экономических можно выделить: появление долговых обязательств, так как много денежных средств может уходить на покупку игр, улучшение способностей и др.; безынициативность; проблемы на работе; снижение самооценки; отсутствие силы воли.

Возникает вопрос: откуда берется зависимость от компьютерных игр? Несомненно, играть в компьютерные игры, прежде всего, модно, ведь, когда ты вовлечен в мир данного вида развлечений, тебе есть перед кем похвастаться виртуальными подвигами или обсудить нововведения. Но корень проблемы интернет-зависимости у подростковой аудитории, которая представляет самую масштабную прослойку любителей игр лежит в детстве. Многие дети выросли игроманами благодаря неправильному воспитанию родителей. Еще в возрасте 2–3 лет, когда ребенок находится в наиболее непоседливом состоянии, он требует особого внимания от родителей. В этом возрасте у ребенка закладываются первые привычки, проявляются черты характера и темперамент. Он не может сидеть сложа руки и поэтому родителям нужно постоянно придумывать чем занять свое чадо. Многие родители не справляются

с этой задачей, у кого-то не выдерживают нервы. Именно поэтому множество из них отдает предпочтение мультфильмам и играм на компьютере или в телефоне. Ребенок, еще не понимая сути игры, обращая внимание лишь на яркие картинки, уже подсознательно подсаживается на компьютерные игры. Ребенок взрослеет, меняется его статус в обществе, а его детские привычки остаются с ним.

Компьютерные игры сами по себе не представляют никакой потенциальной опасности для человека, но лишь немногие любители игр способны играть в меру. В некоторых странах уже существует законодательное ограничение игр. Например, в Греции они запрещены вообще, а в Германии – этот запрет в стадии разработки. В данной статье хотелось бы выдвинуть несколько предложений по ограничению игр в нашей стране.

1. Привлечение к ответственности родителей, разрешающих компьютерные игры своим детям младше 12 лет – данный факт можно отслеживать через заведение, в котором обучается ребенок;

2. Запрет на компьютерные игры в публичных местах. Например, в России остается достаточно компьютерных клубов, куда можно прийти и не только воспользоваться интернетом, но и поиграть;

3. Запрет на рекламу компьютерных игр по ТВ и радио;

4. Запрет на продажу игровой продукции в точках лицам моложе 16 лет.

Данные предложения могли бы обезопасить в первую очередь младшее поколение игроков. Но, к сожалению, или, к счастью, законодательство РФ не запрещает, а в последнее время только поощряет киберспорт.

Киберспорт – это вид спорта, представляющий собой соревнования в виртуальном пространстве, которые моделируются компьютерными технологиями. Все киберспортивные дисциплины делятся на несколько классов, которые различаются свойствами пространств, игровой задачей и развиваемыми игровыми навыками киберспортсменов.

29 апреля 2016 г. Министерство спорта РФ опубликовало приказ о внесении киберспорта во Всероссийский реестр видов спорта. Теперь игроки официально точно также как лыжники, гимнасты, пловцы и другие могут становиться спортсменами, а также получать звания Мастер спорта, Мастер спорта международного класса, Заслуженный мастер спорта России.

Популярность киберспорта в последние годы взлетела до небес, организуются европейские и мировые чемпионаты с многомиллионными призовыми фондами. Развитие индустрии киберспорта несомненно имеет много плюсов – это рабочие места, продажи, организация зре-

листных мероприятий и др. Но есть и обратная сторона медали – это огромное число фанатов, которые в большинстве своем – зависимы.

Исходя из всего вышесказанного необходимо сделать вывод о том, что с развитием общества развиваются и его зависимости. К сожалению, их становится больше. Стоит не забывать, что все зависит от личного выбора и силы воли человека. Каждый в ответе за свою жизнь и своих близких. Виртуальный мир – это социальная утопия, с которой непременно нужно бороться, но путей решения пока не так много.

Научный руководитель: *О. В. Мылтасова*

Ю. В. Чижман, А. А. Островских

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Студенты и СМИ: оценка информационного влияния

Аннотация. В статье авторы рассматривают результаты, обсуждают тенденции и перспективы информационного влияния СМИ на современную студенческую молодежь (на материалах УрГЭУ). В заключении делается вывод о большой степени зависимости молодежи от информации, транслируемой СМИ, и возможностях ограничения данного влияния в условиях массовой коммуникации.

Ключевые слова: СМИ; информация; информационное влияние; молодежь; массовая коммуникация.

Информация в современном мире становится не просто предметом общественных отношений, она влияет на сознание и поведение людей и целых социальных групп. Огромную роль в этом играют средства массовой информации, по определению «владеющие миром». Они настолько прочно основались в нашей повседневности, что мы даже представить себе не можем своего существования без них. Для нас стало, довольно, обыденным смотреть последние новости по любимому телеканалу, узнавать счет футбольного матча на спортивном сайте через Интернет, слушать прогноз погоды на день на волнах любимейшей FM-радиостанции.

Средства массовой информации не только отражают происходящие в стране процессы, но и оказывают влияние на формирование мировоззрения у молодежи, принимают на себя распространение и создание ответственных норм поведения, социальных ценностей и целей.

К наиболее востребованным видам деятельности в информационной сфере следует отнести просмотр телепередач, чтение книг, газет и журналов, использование интернета. Молодежь – одна из тех социально-демографических категорий населения, которая постоянно об-

ращается к СМИ, удовлетворяя информационные потребности. К ним можно отнести следующие [1, с. 20]:

потребность в информационной связи с окружающим миром и, соответственно, в постоянном притоке информации,

потребность в развлечениях и, в некоторой мере похожая на нее, но совпадающая полностью с ней,

потребность в отвлечении (уходе от повседневных дел и обыденности окружающей жизни).

Информационное влияние будем определять как воздействие посредством информации: сведений, знаний фактов о жизненных проблемах и ситуациях [1, с. 25]. Информационное влияние СМИ на молодежь может быть как положительным, так и отрицательным. В первом случае это возможность самореализации посредством информации, получаемой из СМИ. В случае с электронной коммуникацией молодежь получает возможность стать центром внимания, привлекая фолловеров и иных последователей к своим публикациям в интернете, основанным на информации из СМИ; получает реальную возможность высказать свое мнение по поводу того или иного события, поделиться знаниями о тех или иных фактах, расширяя свой собственный кругозор и воздействуя тем самым, на кругозор своих «друзей».

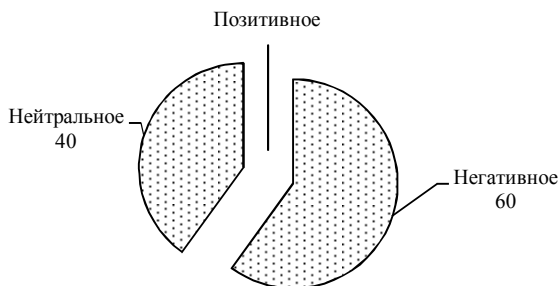
Однако информационное влияние СМИ может быть и отрицательным. Оно достаточно подробно изучено и описано у многих авторов, исследователей. Чаще всего оно сводится к тому, что молодежь пристраивается к «нереальному», насыщенному эмоциями и образами миру, транслируемому СМИ, не воспринимая мир обыденный, повседневный, теряет способность мыслить аналитически и рефлексировать, так как из СМИ получает уже «готовую» информацию, теряет эмоциональный интеллект и способность сопереживать, заимствуя это из типовых ситуаций в передачах, сериалах и прочем.

Для оценки информационного влияния СМИ нами был подготовлен и проведен инициативный опрос среди студентов УрГЭУ. Основными вопросами стали следующие: к какому источнику получения информации Вы обычно обращаетесь, как часто, какой источник является более достоверным, является ли интернет наиболее востребованным Вами источником, сколько времени Вы проводите в интернете, занимаясь серфингом, сколько времени Вы просматриваете телепередачи, читаете газеты и журналы, как Вы оцениваете влияние СМИ на молодежь, акая информация, передаваемая СМИ, Вам наиболее интересна, какая информация наиболее часто становится предметом обсуждения среди Ваших сверстников, как часто Вы анализируете информацию, полученную через СМИ и т. д.

Необходимо отметить, что полученные результаты по информационным источникам и затратам на них, совпадают с результатами исследования иных авторов [2, с. 172]. Так, ТВ и интернет являются лидерами не только об объеме времязатрат у населения, но и по частоте обращений. При этом мы можем наблюдать две стратегии просмотра ТВ и интернета: либо это одно обращение в день по 1–2 ч, либо несколько раз в день с затратами времени от 1 до более 4 ч.

Что касается достоверности информации передаваемым каналами СМИ, респонденты отдают предпочтение телевидению и интернету, так же можно сказать, что все опрошенные студенты активно пользуются всеми каналами средств массовой информации кроме радио, в большей степени отдавая предпочтение Интернету, в котором проводят более 4 ч в день.

По мнению респондентов, использование каналов массовых коммуникаций негативно сказывается на психоэмоциональном состоянии современной молодежи (см. рисунок).



Оценка влияния СМИ, % от отвечающих

Подводя итог можно отметить, что большинство опрошенных студентов старается анализировать получаемую информацию. В большинстве своем они обращаются к СМИ, чтобы узнавать различные новости, касающиеся как политики и экономики, так и каких-либо криминальных происшествий. Но в то же время, большая часть респондентов негативно относятся к насилию и безнравственности льющейся в избытке из телевизора, всемирной сети и других СМИ.

Библиографический список

1. *Грачев Г. В.* Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. М.: Изд-во РАГС, 1998.
2. *Банных Г. А., Костина С. Н.* Бюджеты времени населения Свердловской области в информационной сфере // Динамика и инерционность воспроизвод-

ства населения и замещения поколений в России и СНГ: сб. статей. Екатеринбург: Изд-во Ин-т экономики УрО РАН, 2016.

Научный руководитель *Г. А. Банных*

Е. Н. Шарова, Н. А. Королёва

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Молодежь как трудовой потенциал социального общества

Аннотация. В статье авторы отмечают, что важнейшим потенциалом обеспечения социально-экономического развития российского государства, повышения конкурентоспособности территорий является человеческий потенциал, и, в первую очередь, молодежи. Однако, эффективность использования молодых кадров зависит не только от их профессиональных знаний и умений, но и от поддержки работодателей и государства в целом..

Ключевые слова: молодежь; трудовой потенциал; кадровые службы; мотивация; общество.

Любое государство сильно своей экономической системой. Чем сильнее экономика государства, тем сильнее само государство. В России лишь с 1990-х годов наблюдаются годы активного формирования рыночной экономики и, соответственно, трансформации экономического сознания общества.

Центральное место в формировании системы социально-экономического развития государства, повышения конкурентоспособности территорий занимает человеческий потенциал. В настоящее время наблюдается дальнейшая трансформация в управление человеческими ресурсами¹. Одним из важнейших компонентов трудового потенциала развивающегося современного российского общества является молодежь.

В связи с этим, все более актуальными становятся не только проблемы качественного образования и патриотического воспитания молодых людей [2], но и их трудоустройства, а также проблемы полной реализации профессионального и личностного потенциала как стратегического ресурса социально-экономического развития российского общества [1]. Не смотря на то, что многие работодатели предпочитают нанимать на работу людей с профессиональным опытом, современный рынок нуждается и в молодых амбициозных специалистах. Безусловно, не смотря на приобретенные профессиональные знания в учебных

¹ Конституция Российской Федерации принята 12 декабря 1993 г. (ред. 30 декабря 2008 г.).

заведениях, они мало подготовлены к практической деятельности, имеют слабый общекультурный кругозор, технически некомпетентны.

Исследования проблем занятости населения показали, что молодым людям серьезно мешает их собственный инфантилизм, проявляющийся в следующем:

занижение самооценки в начале трудовой деятельности либо чрезмерные амбиции;

наивное предположение «меня все ждут» или наоборот «молодым не пробиться»;

расчет на родителей, знакомых, родственников;

проявление бурной общественной деятельности вместо профессиональной;

роль «хорошего студента» или открытое пренебрежение к получению системного образования;

не умение выстраивать отношения с коллективом, руководством¹.

Все вышперечисленные характерные черты инфантилизма часто становятся препятствием их личностного роста. Следовательно, чтобы полезно использовать трудовой потенциал молодежи для социально-экономического развития предприятия и дальнейшего повышения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта, работодатель должен иметь собственную программу формирования социального и профессионального роста молодых кадров, создав при этом благоприятные условия труда, быта и творческого роста,

Для закрепления молодых кадров на предприятиях желательно создавать службы по работе с молодежью. Целью этих служб является адаптация и закрепления молодых работников на предприятии, исходя из совокупной сложившейся характеристики каждого молодого человека. Задача таких служб – это создание позитивного имиджа предприятия и условий труда, чтобы работник стал настоящим патриотом своего предприятия.

В настоящее время известны следующие приемы привлечения, успешной адаптации и закрепления работников, в частности, на промышленных предприятиях:

заключение ученических договоров с учебными заведениями, то есть целевая подготовка кадров по необходимым специальностям для предприятия. По результатам обучения по такой целевой программе молодой работник приходит на предприятие и отрабатывает, в среднем по договору, пять лет. Как правило, по прошествии этих лет только небольшое количество работников уходит с предприятия.

¹ Молодежная занятость: проблемы и перспективы. URL: <http://www.sociolesson.ru/socless-947-1.html>.

Данный метод является эффективным, но требует больших финансовых затрат;

прохождение практик будущими работниками предприятия с последующим трудоустройством на вакантные места; //

материальное стимулирование работников;

проведение различных социальных мероприятий, позволяющих сплотить коллектив работников¹.

Каждый человек индивидуален – имеет свой характер, стремление, стимулы к качественной и, в конечном счете, успешной работе. Поэтому необходимо при принятии молодых работников на работу определять мотивационные рычаги, а именно вести разъяснительную работу с молодежью на тему их дальнейшей работы на предприятии.

Очень важно понять, что нужно конкретному работнику. Что ему ценно:

только материальные ценности (такой работник в будущем может спокойно покинуть место работы за более высоким заработком);

карьерный рост (такие работники смогут проработать на предприятии продолжительное время);

всеобщее признание.

Для поднятия мотивации работников к работе и их успешному закреплению на предприятии, считаем целесообразным, при приеме новых перспективных молодых сотрудников выстраивать карьерограмму их дальнейшего профессионального роста на предприятии с целью обеспечения прозрачности, полноты и справедливости системы.

Вполне очевидно, что для решения общих проблем состояния и возможностей развития трудового потенциала молодежи, непосредственно законодателю необходимо более ответственно стимулировать и самих нанимателей к созданию необходимых условий труда для молодых специалистов и реализации ими своего конституционного права на труд², а кадровая политика предприятия должна быть направлена на формирование такой системы работы с кадрами, которая ориентировалась бы на получение не только экономического, но и социального эффекта при условии соблюдения действующего законодательства.

Отсюда, важнейшая задача государства помочь молодым людям не растратить свой сформированный потенциал, который при благоприятных социально-экономических условиях вполне мог бы обеспечить прогрессивное развитие общества. Именно профессиональный, эконо-

¹ *Проблема занятости молодежи в современной России: социальный аспект.* URL: <http://www.molism.ru/blog/society/223.html>.

² *Конституция Российской Федерации* принятая 12 декабря 1993 г. (ред. 30 декабря 2008 г.); *Трудовой кодекс Российской Федерации* от 30 декабря 2001 № 197-ФЗ.

мически грамотный хозяйствующий субъект во многом определяет темпы экономического роста, способствует укреплению национальной экономики и формирует социальную структуру общества [2].

Библиографический список

1. *Бортникова Т. В., Булатова Г. А. Ануфриева И. Ю.* Кадровая политика и кадровая служба в условиях рынка. // Человек, рынок, образование на рубеже XXI века: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Томск: Изд-во ТГГУ, 2010.

2. *Орлова Т. С., Попова И. Н., Арбенина Т. И.* О развитии ценностного сознания личности в профессиональном образовании // Научное обозрение. 2016. № 6.

Научный руководитель *Т. С. Орлова*

А. Д. Шредер

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Роль информационных технологий в преподавании английского языка в Узбекистане

Аннотация. В данной статье рассматривается вопрос о необходимости внедрения информационно-коммуникационных технологий в процесс преподавания английского языка в Узбекистане с целью интеграции страны в мировое сообщество.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, преподавание английского языка, интеграция в мировое сообщество.

Одной из основных функций образования является подготовка студентов к жизни. В XXI веке может знание рассматривается в качестве основного источника для социально-культурного и политико-экономического развития стран и народов. Богатые информационные общества развиваются и доминируют; контролируют информацию по всему миру. Информация опирается на использование различных каналов связи – информационно-коммуникационные технологии. Воспитание молодежи – это воспитание народа страны.

10 декабря 2012 г. Президент Республики Узбекистан Ислам Каримов подписал Указ «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы изучения иностранных языков». Следует отметить, что в рамках Закона Республики Узбекистан «Об образовании» и «Национальной программы по подготовке персонала в стране» была создана система комплексного преподавания иностранных языков, направленная на формирование гармонично развитого, высокообразованного, современно-

менно мыслящего подрастающего поколения и дальнейшую интеграцию страны в мировое сообщество. Тем не менее, анализ существующей системы организации изучения языков показывает, что учебные стандарты, учебные программы и учебники не в полной мере отвечают современным требованиям, в частности, в использовании передовых информационных и медиа-технологий.

В соответствии с постановлением, иностранные языки, в основном английский, поэтапно на всей территории Узбекистана будут преподаваться с первого года обучения в школе в виде урока-игры и разговорных игр, продолжая изучение алфавита, чтения и орфографии во втором классе. Также предполагается, что модули институтов, особенно по техническим и международным специальностям, будут предложены на английском и других иностранных языках в высших учебных заведениях.

Новая эра несет с собой новые вызовы и обязанности для современного педагога. Методы преподавания английского языка резко изменились с появлением технологий. Технологии предоставляют различные варианты, как сделать обучение интересным, а также делают процесс обучения более продуктивным. Использование английского языка резко возросло после 1960 г. Владение иностранным языком является важным фактором для поступления в университет и трудоустройства на хорошо оплачиваемые рабочие места в коммерческом секторе.

Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему совершенствованию подготовки кадров в сфере информационных и коммуникационных технологий» вызвал ряд реформ в области изучения иностранного языка. Согласно «курсу английского для особых целей» (ESP), учителя сегодня имеют возможность интегрировать ИКТ в свои программы, потому что технологии играют важную роль в повседневной профессиональной жизни их учащихся. В результате у учащихся формируется информационная грамотность, навыки общения на международном уровне через культурные границы с помощью различных средств массовой информации. Использование технологии в изучении иностранного языка стало реальной необходимостью в наши дни, потому что сегодня у молодежи Узбекистана появляется возможность работать за рубежом на совместных предприятиях.

Научный руководитель *Н. Г. Соснина*

Инновации в розничной торговле

Аннотация. Актуальность темы заключается в том, что развитие техники и появление новых технологий, определило ведущую роль научно-технических нововведений, как источников экономического роста. Проблема коммерческого успеха торгового предприятия может быть сформулирована как необходимость концентрации внимания на путях внедрения технологий для решения новых задач.

Ключевые слова: инновация; розничная торговля; омниканальность; ритейлер.

В современных условиях, времени информационного бума, значение инноваций настолько существенно, что они рассматриваются многими менеджерами как необходимый элемент успешной деятельности в условиях конкурентной борьбы. Некоторые организации заняты постоянным поиском новых проектов и разработок. При этом у них присутствует убежденность, в общем, вполне оправданная, что все расходы, которые влечет за собой такой поиск, все равно окупятся за счет высокой эффективности успешных новаторских разработок.

Такая позиция позволяет предприятиям опережать конкурентов в отдельных областях, отрываться без тех излишних усилий, которые потребовались бы при следовании стандартным методам работы. Однако, какие инновации можно внести в одну из самых древних и пространственных сфер экономических отношений – розничную торговлю. В наш век информационных технологий инновации не обошли стороной и розничную торговлю [2].

Розничная торговля – это совокупность видов предпринимательской деятельности, связанных с продажей товаров и услуг непосредственно конечным потребителям и предназначенных для личного или семейного использования. Это товарообменный процесс, направленный на удовлетворение потребностей людей путем свободной продажи товаров и услуг, представляющих для них ценность.

Термин «инновация» происходит от латинского «*novatio*», что означает «обновление» (или «изменение»), и приставки «*in*», которая переводится с латинского как «в направление». Это внедренное новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком. Какова бы не была тяжелой ситуация на рынке розничной торговли, владельцам крупных розничных сетей, приходится совершенствоваться, дабы иметь возможность конкурировать с другими предприятиями в долгосрочном периоде. Без осуществления инновационной деятельности предприятие не сможет

гибко реагировать на изменения внешней и внутренней среды, а, следовательно, перестанет эффективно удовлетворять потребителей своей продаваемой продукцией или предлагаемой услугой, что приведет к потере рыночных позиций [4].

Сегодня инновации связаны с появлением новых форм и видов торговли, таких как: сетевая торговля, электронная торговля, дистанционная торговля, торговля в виде прямых продаж и др.

1. Розничные продавцы будут предоставлять покупателям больше способов оплаты покупок. Рост мобильных платежей и выпуск карт стандарта EMV в США будут подталкивать ритейлеров к обновлению парка платежных терминалов. Это позволит не только поднять уровень безопасности, но и увеличить число способов оплаты покупок.

2. Мобильные устройства будут играть более важную роль в интернет-покупках, которые забирают в обычных магазинах. В рамках традиционных программ click-and-collect покупателю обычно предлагают приобрести товар в интернет-магазине и забрать его из магазина обычного. В 2017 г. можно ожидать рост роли мобильных устройств в этой схеме.

3. Ритейлеры сведут воедино сбор данных о покупателях в обычных и интернет-магазинах. Так как современные покупатели находят дорогу к товарам, используя множество каналов, сбор и изучение разрозненных данных больше не приносит ожидаемых результатов. В 2017 г. вырастет количество ритейлеров, которые будут совместно анализировать данные из обычных магазинов и с электронных торговых площадок. Такой подход позволит им получить более полную картину поведения потребителей на рынке.

4. Продавцы будут продолжать упрощать процедуру покупки. Максимальная простота и понятность процесса совершения покупок всегда была целью омниканального ритейла. Ожидается, что в 2017 г. компании будут искать дополнительные пути для уменьшения препятствий, которые стоят между покупателем и товаром.

5. Торговые компании будут осваивать применение мобильных устройств в магазинах. Мы ожидаем, что в 2017 г. в розничной торговле продолжится внедрение мобильных устройств, размещаемых в магазинах. Среди них – mPOS-терминалы и планшетные ПК.

6. Традиционные программы лояльности доживают последние дни. Современные покупатели все еще ценят программы поощрения клиентов и промо-акции, но они уже не играют такой же значительной роли в привлечении покупателей, как раньше. В соответствии с исследованием MasterCard, лишь 18% респондентов признают важность промо-акций. В ходе исследования так же обнаружено, что: «выбирая ритейлера, омниканальный покупатель ставит на первое место ценность то-

вара, репутацию продавца и удобство совершения покупки, а не вознаграждение за лояльность».

7. Компании, торгующие исключительно через Интернет или только через обычные магазины, исчезнут. Исследование MasterCard говорит о том, что сегодня восемь из десяти покупателей при совершении покупок используют компьютер, смартфон, планшет или терминалы, расположенные в магазинах. Для того чтобы оставаться в тренде, розничные продавцы, начиная бизнес с традиционного магазина, или с интернет-площадки, должны будут объединить системы обычных и электронных магазинов для обслуживания покупателей нового типа.

8. Все больше ритейлеров будут внедрять системы, интегрирующие данные по разным каналам продаж и облачные решения. Дни, когда интернет-магазинами и обычными торговыми площадками управляли раздельно, скоро уйдут в прошлое, так как все больше и больше ритейлеров переключаются на системы управления продажами, которые формируют единый массив данных по всем каналам продаж. В 2016 г. мы видим, как все больше малых и средних ритейлеров внедряют единые системы управления различными каналами продаж и облачные инструменты. Подобные компании отличаются гибкостью, они обычно не привязаны к большим и сложным устаревшим системам учета, анализа и контроля. В итоге, они могут быстро переключиться на технологии поддержки омниканальных продаж.

9. Ритейлеры будут инвестировать в борьбу с мошенничеством в оноканальной среде. Переход к омниканальным продажам сулит не только преимущества, но и означает появление множества дополнительных сложностей. Относится это не только к чисто техническим моментам, таким, как организация работы и выполнение заказов. Сложнее становится, например, бороться с мошенничеством. Некие изолированные системы безопасности, применимые, например, в обычном магазине, теперь не работают. Однако, несмотря на подобные исследования, мы полагаем, что статистика в 2017 г. изменится в лучшую сторону. Хотя борьба с мошенничеством в омниканальной среде будет оставаться областью, полной сюрпризов, мы ожидаем, что все больше ритейлеров придут к пониманию важности создания универсальной системы безопасности, охватывающей различные каналы сбыта.

10. Вырастет социальная составляющая омниканальных продаж. Социальные сети уже давно играют важную роль в совершении покупок, эта тенденция продолжится и в 2017 г., и в последующие годы. Мы ожидаем рост числа внедрений решений для продаж в социальных сетях. Кроме того, мы ожидаем, что пользователи продолжают использовать социальные сети для поиска товаров и для их обсуждения. В итоге,

ритейлерам стоит продолжать вкладываться в продажи через социальные сервисы.

11. Теперь больше товаров – не значит лучше. Сегодня многие ритейлеры приходят к пониманию того, что наличие как можно большего количества товаров в магазине не обязательно поможет им завоевать клиента. Современный покупатель перегружен богатством выбора, поэтому иногда расширение ассортимента может принести больше вреда, чем пользы [1].

Если смотреть в будущее, мы ожидаем, что подобным путем пойдут многие ритейлеры. Продавцы поймут, что им нужно тщательно выбирать товары, вместо того, чтобы бездумно набивать стеллажи магазинов. И они завоюют покупателя не потому, что предлагают ему огромный выбор, а потому, что предлагают лучшие товары в своем классе и релевантный целевому рынку ассортимент. А также – могут доставить продукт покупателю, используя подходящие для каждого конкретного покупателя каналы сбыта [3]. Ожидается, что в этом году ритейлеры начнут использовать устройства, подключенные к Интернету для того, чтобы рационализировать процесс покупок в магазинах и наладить процесс взаимодействия с покупателями.

Библиографический список

1. *Международные экономические отношения: интеграция: учеб. пособие* / Ю. А. Щербанин, К. Л. Рожков, В. Е. Рыбалкин, Г. Фишер М.: Банки и биржи ; Юнити-Дана, 2015.
2. *Спирidonov И. А. Мировая экономика: учеб. пособие.* М.: ИНФРА-М, 2016.
3. *Фомичев В. И. Международная торговля: учебник.* М.: ИНФРА-М, 2016.
4. *Шарф А. А. Инновации в торговле: основные проблемы и пути их решения // Проблемы современной экономики: материалы II Междунар. науч. конф. (Челябинск, октябрь 2012 г.).* Челябинск: Два комсомольца, 2012.

Научный руководитель *В. М. Гаянова*

Изменения качества жизни на примере Свердловской области

Аннотация. Произведен социально-демографический анализ на примере Свердловской области. В данной статье выявлены демографические проблемы и предложены пути решения.

Ключевые слова: демография; Свердловская область; население; естественный прирост; рождаемость; уровень безработицы.

Для анализа социально-демографического состояния были выбраны следующие показатели [3]:

- 1) воспроизводство населения (коэффициент естественного прироста населения, суммарный коэффициент рождаемости);
- 2) состояние здоровья населения (ожидаемая продолжительность жизни при рождении, смертность);
- 3) миграционные потоки (коэффициент миграционного прироста населения).

Одним из ключевых показателей воспроизводства населения является суммарный коэффициент рождаемости. Свердловская область находится на 27-е месте среди всех регионов России. Этот показатель выше среднего значения по стране. Если рассмотреть данный показатель в промежутке с 2000 по 2016 г., можно сделать вывод, что рождаемость росла на протяжении всего периода в 2000 г. (табл. 1).

Таблица 1

Суммарный коэффициент рождаемости, единица, значение показателя за год, Свердловская область

Показатель	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Все население:	1,126	1,187	1,277	1,313	1,341	1,301	1,343	1,444	1,556	1,619	1,668	1,699	1,827	1,871
городское	1,075	1,148	1,23	1,265	1,318	1,241	1,275	1,351	1,457	1,522	1,570	1,602	1,738	1,766
сельское	1,582	1,542	1,707	1,753	1,5	1,639	1,73	1,984	2,142	2,201	2,268	2,334	2,435	2,616

Теперь обратимся к коэффициенту естественного прироста. Несмотря на положительную динамику коэффициента рождаемости в течение последних 13 лет, значение данного показателя с 2005 г. (-6,3) по 2014 г. (-0,6) оставалось отрицательным, хотя и постепенно увеличивалось, и, наконец, в 2014 г. стало положительным, а в конце 2015 года составило +0,7 чел. на 1 000 населения (табл. 2).

В 2016 г. показатель вновь уменьшился, став отрицательным и составил -0,5.

**Коэффициент естественного прироста населения
на 1 000 чел. населения**

Показатель	2005	2010	2014	2015	2016
Российская Федерация	-5,9	-1,7	-0,9	0,0	0,2
Свердловская область	-6,3	-0,9	-0,6	0,3	0,7

Таким образом, по воспроизводству населения нельзя сказать, что в регионе сложилась какая-либо критическая ситуация, тенденция по обоим показателям положительна, хотя, как мы видим, она не постоянна.

Состояние здоровья жителей Свердловской области крайне важно и напрямую влияет на воспроизводство населения. Показатель смертности не имеет постоянной тенденции, но в целом на протяжении 14 лет ведет к сокращению числа умерших.

Если в 2002 г. число умерших на 1 000 чел. населения составляло 16,4, то в 2016 это число снизилось до 14,0.

Другой немаловажный фактор, за счет повышения которого можно добиться положительных сдвигов в процессах воспроизводства – ожидаемая продолжительность жизни при рождении

За последние 13 лет продолжительность жизни возросла на 6 лет. В 2002 г. она составляла всего 63,7 лет, тогда как в 2016 г. достигла 69,8 лет. В тоже время, ожидаемая продолжительность жизни мужчин растет более медленно. Данный показатель в 2016 г. составил лишь 63,6 года, что на 12 лет меньше чем у женщин (75,8 лет). Если же рассмотреть статистику по мужчинам по всей стране, то здесь Свердловская область занимает неутешительное 49-е место, при этом отставая даже от среднего значения (64,4 лет) почти на год, а, например, от Москвы (72,3), занимающей второе место и того больше – на 9 лет.

Причиной этому послужило сложное экологическое состояние территорий, что привело к пониженному уровню здоровья всего населения [1]. Высокий уровень заболеваемости взрослого населения в основном вызван именно плохой экологией. Так, самыми распространенными заболеваниями в Свердловской области стали болезни органов дыхания (322 зарегистрированных пациента на 1 000 чел. населения), поскольку Свердловская область специализируется на обрабатывающей промышленности.

Значение миграционного прироста населения, являющегося одним из возможных вариантов компенсации естественной убыли населения, постоянно колеблется, хотя общая тенденция ведет к снижению прироста [2]. Так, в 2014 г. прирост составлял 9 339, в 2015 г. он снизился до 5 870 чел., а в 2016 г. и того меньше – 3 894 чел. Это не высокие по-

казатели, но они все же положительны, что на фоне некоторых регионов, является положительным фактором.

На основе проведенного анализа можно сделать определенные выводы по состоянию социально-демографической сферы Свердловской области. Среди ранее выбранных показателей, самым критичным оказалось состояние здоровья населения, и, как следствие, достаточно высокая смертность и не большая продолжительность жизни [2]. Материальное благосостояние населения выделяет регион в лучшую сторону, этот показатель выше среднего по стране, а по среднему доходу в 2016 г. область вошла в первую двадцатку. Качество социальной среды было оценено с двух сторон – доступность жилья и работы. Если с обеспечением населения работой в регионе особых проблем не наблюдается, то семей, нуждающихся в жилье, в разы больше семей, их имеющих. Миграционный прирост не значителен.

Следовательно, можно выделить основные направления, на совершенствование которых следует направить усилия государства для нейтрализации выделенных проблем и повышения социально-демографического развития субъекта.

1. Повышение уровня рождаемости. Данная политика уже проводится на протяжении последних лет и имеет свои плоды. Нужно продолжать в том же направлении.

2. Улучшение состояния здоровья. Данная проблема сложно решается исключительно в рамках социально-демографической политики, так как основные проблемы со здоровьем населения связаны с неблагоприятной экологической ситуацией в регионе. Эту проблему необходимо решать, обязывая производства снижать уровень выбросов.

Сокращение уровня смертности (следует из предыдущего), обеспечение необходимых миграционных потоков, повышение доступности жилья.

Реализация данных положений должно привести к повышению эффективности социально-демографического развития субъекта.

Библиографический список

1. *Вишневский А. Г.* Население России 2012. Двадцатый ежегодный демографический доклад. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.

2. *Черепанова А. В., Васильева Е. В.* Проблемы и перспективы социально-демографического развития регионов России (на примере Свердловской области) // Экономика региона. 2015. № 1

3. *Черепанова А. В., Черепанова Е. В.* Прогнозирование показателей демографической сферы свердловской области // Экономика региона. 2015. №. S4.

Научный руководитель *Т. Б. Рекечинская*

Направление 02. Управление знаниями – подготовка инновационно-ориентированных кадров территорий

Е. К. Булатова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Образование взрослых: от педагогики к андрагогике

Аннотация. В статье раскрывается понятие андрагогике с позиции различных подходов, принципиальные отличия обучения детей и взрослых. Научное общество андрагогов в России находится в интенсивном творческом поиске, изучается и обобщается опыт развития андрагогике в России и зарубежом, систематизируются ее действующие формы и технологии.

Ключевые слова: андрагогика; обучение; обучение взрослых; учебная деятельность.

Сегодня наблюдается тенденция повышения роли образования в жизни каждого отдельного человека и всего человечества в целом. Это обусловлено потребностью в новых знаниях, умениях, навыках, которые бы сделали процесс адаптации человека к создавшимся условиям более оперативным и эффективным. Ушло в прошлое представление об образовании как относительно непродолжительном периоде жизни, осуществляемом в жестких рамках практически закрытой системы, очевидным становится ограниченное и недостаточно эффективное использование форм и видов обучения взрослых.

Необходимость образования взрослых обусловлена динамикой социального и научно-технического прогресса, переменами в содержании и характере труда и общественной деятельности людей, увеличением свободного времени и возможностей его рационального использования. Поворот к образованию взрослых вызван запросами рынка труда, главными требованиями которого к специалисту становятся компетентность и профессионализм. Это обстоятельство приводит к возникновению у многих потребности в переподготовке и получении новых навыков.

В связи с этим модернизация образования в России предполагает новую миссию образования в целом – обучение в течение всей жизни. По материалам ЮНЕСКО, приоритетная задача образования взрослых – обеспечить человека комплексом знаний и умений, необходимых для активной творческой и приносящей удовлетворение жизни в современном динамично развивающемся обществе. Традиционно все процессы

обучения и образования ассоциируются с педагогикой, обладающей многовековой историей и, как представляется многим, развитой теорией этих процессов. Однако опыт показывает, что педагогические принципы, подходы к обоснованию содержания образования, рекомендации по структуре обучения и воспитания в большинстве своем ориентированы на общеобразовательную школу и малоприменимы к образованию взрослых. К настоящему времени сложилась определенная общность взглядов на роль образования взрослых в достижении согласованного прогресса личности и общества и на подходы к осмыслению путей его обновления.

Обучение взрослых осуществляется по законам и принципам андрагогики (с гр. *aner, andros* — взрослый мужчина, зрелый муж + *ago* – веду). Впервые термин «андрагогика» был введен в 1833 г. немецким ученым А. Каппом. Сегодня в Европе существует в основном три толкования термина. Во-первых, как научного подхода к процессу учения взрослых и изучения методов обучения взрослых на протяжении всей жизни. Во-вторых, андрагогикой называют теоретический и практический подход, основанный на гуманистической концепции обучающихся. В-третьих, андрагогику рассматривают как «практику образования взрослых», «специфические методы преподавания» и даже как «противоположность детской педагогике». Российский андролог С. И. Змеев определил андрагогику как науку об обучении взрослых, новую отрасль знаний и наук об образовании, которая обосновывает деятельность обучающихся и обучающихся по организации процесса обучения. В Российском педагогическом энциклопедическом словаре издания в 2003 г. (главный редактор Б. М. Бим-Бад) дано следующее определение андрагогики: «Одно из названий отрасли педагогической науки, охватывающей теоретические и практические проблемы образования, обучения и воспитания взрослых» Существует несколько подходов к андрагогике. Первый подход базируется на опровержении всех оснований считать андрагогику самостоятельной наукой. Защитники этой позиции считают, что обучение и образование взрослых – область исследования, принадлежащего наукам, которые были сформированы ранее социология, психология, антропология, экономика и т. д.). Сторонники второго подхода, прежде всего американские исследователи, рассматривают андрагогику в прагматическом и практическом смысле, определяют взаимодействие взрослого ученика и преподавателя в ходе обучения. На основе третьего подхода андрагогику считают независимой научной дисциплиной.

Последняя концепция получила широкую поддержку в центральной и восточной Европе. Сторонники четвертого подхода рассматривают андрагогику не просто отдельно от педагогики, но, как и педаго-

гику, составной частью интегральной науки об обучении и образовании человека в течение всей Начала формирования теоретических основ андрагогики как самостоятельной науки было положено в 1970–1980-е годы в работах выдающегося американского андрагога, теоретика и практика образования взрослых М. М. Ш. Ноулза, англичанина П. Джарвиса, американца Р. Смита и группы английских учёных из Ноттингемского университета. В их работах определялись некоторые исходные предпосылки андрагогического подхода к обучению и предлагались андрагогические модели обучения. Малколм Шепард Ноулс издал фундаментальный труд по андрагогике «Современная практика образования взрослых. Андрагогика против педагогики».

Андрагогические исследования в начале 1980-х годов активизировали ученые Китая, а с 1990-х годов соответствующие научные исследования активно проводятся учеными США, Великобритании, Венгрии, Польши, России, Чехии, Финляндии. Как часто отмечают, наиболее основательным исследованием становления и развития андрагогики являются работы югославского ученого Д. Савичевича. Он доказал, что идеи Сократа, Платона, Аристотеля и софистов отражают мнения о необходимости обучения в течение жизни, об особенностях путей получения знаний в разные периоды жизни. Подобные идеи можно найти в научных трудах Древнего Рима, в период гуманизма и Ренессанса. Интерес к вопросам обучения взрослых можно отметить в трудах Я. А. Коменского.

Концептуальное наследие Я. А. Коменского дает основания для оценки его как основателя андрагогики, хотя сам великий педагог этот термин не использовал. Возникновение андрагогики как самостоятельной науки обусловлено рядом причин различного характера. Создавая основы новой науки, ученые прежде всего учитывали объективные условия, вызвавшие потребность в развитии андрагогики.

Во-первых, сам ход развития образования вел к завоеванию обучающимся ведущей роли в процессе обучения. Педагогика же исходила из принципиальной позиции, что обучаемый занимает подчиненное положение в процессе обучения. Во-вторых, эволюция идей философской и психологической наук привела к осознанию ведущей роли человека во всех социальных процессах, в том числе и в образовании. В-третьих, достижения в области информационных технологий позволили по новому организовать учебный процесс, что существенно видоизменило роли обучающегося и обучающего в процессе обучения. В-четвертых, эволюция педагогических концепций также вела к осознанию необходимости предоставления большей свободы обучаемому в процессе обучения. Наконец, физиология и психология доказали, что люди способны успешно обучаться практически на протяжении всей сознательной жизни.

Учитывая перечисленные выше объективные изменения образовательной сферы и достижения различных наук в понимании роли человека в своей жизнедеятельности, они исходили из основополагающего факта – принципиальных различий между взрослым и невзрослым человеком вообще и в процессе обучения.

Учитывая все вышесказанное, андрагогику необходимо определить как науку об обучении взрослых, обосновывающую деятельность обучающихся и обучающихся по организации и реализации процесса обучения.

Как любая наука, андрагогика имеет свою структуру, понятийный и терминологический аппарат. Поскольку она выявляет общие закономерности обучения взрослых, то в ней выделяется теория обучения взрослых. Этот раздел исследует наиболее общие категории: особенности взрослого обучающегося, процесса обучения взрослых, взаимосвязи андрагогики с различными областями сферы образования, закономерности и тенденции развития образования и самой андрагогики. Андрагогика изучает и формулирует основные закономерности деятельности обучающихся в процессе обучения, и потому ее составной частью является технология обучения взрослых.

Научное общество андрагогов в России находится в интенсивном творческом поиске, изучается и обобщается опыт развития андрагогики в России и зарубежом, систематизируются ее действующие формы и технологии.

Научный руководитель *Е. К. Булатова*

М. А. Бульгина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Проблемы внедрения профессиональных стандартов

Аннотация. Рассмотрены острые вопросы перехода к новым профессиональным стандартам, принятым в РФ в 2016 г. Отмечено, что хотя в сравнении с Единым квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и служащих они и отличаются более детальной проработкой требований к образованию, умениям и навыкам работников, характеру работы, специфике трудовых правоотношений, но все же сегодня оба эти документа являются равнозначными. Сделан вывод о необходимости ввести приоритет профессиональных стандартов как более свежих, актуальных.

Ключевые слова: профессиональный стандарт; Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих.

Профессиональные стандарты являются нововведением в Российской Федерации. Они вступили в силу в Российской Федерации с 1 июля

2016 г. и должны использоваться работодателями для определения должностных обязанностей работников, с учетом особенностей применяемых технологий, организаций производства и труда у конкретного работодателя, квалификации работников. Профессиональные стандарты распространяются на предприятия государственного сектора, лиц, которым в соответствии с трудовым законодательством предоставляются определенные гарантии и льготы, а также если законодательством для определенных должностей установлен необходимый уровень квалификации.

По состоянию на 1 января 2016 г. в Российской Федерации принято 583 профессиональных стандартов.

Были детально изучены структура профессиональных стандартов, предпосылки к их возникновению и их сравнение с Единым квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и служащих. Указанные стандарты представляют собой совокупность требований, касающихся уровня образования, умений и навыков, предъявляемых работнику определенной должности (профессии), детально определяют характер работы, все трудовые функции, являются ориентиром для всех сторон трудовых правоотношений. Система профессиональных стандартов вводится в Российской Федерации с целью устранения пробелов в квалификационных справочниках и обновления системы профессиональных требований к работникам. Профессиональные стандарты являются более актуальными и отвечающими требованиям сегодняшнего рынка труда, они более конкретно описывают профессиональный портрет работника, они являются ориентиром для работодателей, стимулом для работников и базой для образовательных программ.

Но в системе профессиональных стандартов имеются недоработки, которые вызовут проблемы в их применении. Новая система стандартизации призвана решить проблемы неактуальности старого законодательства, но в некоторых аспектах стандарты составлены на основе устаревшего законодательства, что является недопустимым и делает стандарты затруднительными в применении. Недостаточно урегулирован порядок перехода к новой системе, проверки соответствия работника определенному профессиональному стандарту.

Для решения указанных проблем необходимо законодательно установить обязанность проверки уровня квалификации работника путем специальной процедуры за счет работодателя или служб занятости и установить переходный период, за время которого работник сможет повысить свой уровень квалификации. А также необходимо законодательно защитить наиболее слабую сторону – соискателей и лиц, получивших среднее профессиональное образование или высшее образова-

ние по имеющим государственную аккредитацию образовательным программам и впервые поступающих на работу по полученной специальности в течение одного года со дня получения профессионального образования соответствующего уровня, закрепив за ними гарантии, дающие им возможность вступить в трудовые правоотношения.

Были также изучены и проанализированы положения профессионального стандарта специалиста по управлению персоналом, утвержденного Приказом от 6 октября 2015 г. № 691н Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации. Профессиональный стандарт содержит квалификационные характеристики специалистов в области управления персоналом различной уровня, а также их трудовые функции. Специалисты по управлению персоналом выполняют деятельность, связанную с документационным обеспечением работы с персоналом, обеспечением организации персоналом, оценкой и аттестацией персонала, его развитием, организацией его труда и оплаты, корпоративной социальной политики, а также операционным и стратегическим управлением персоналом организации. Следовательно, специалисты данного уровня являются важным элементом в управлении организации и предъявляемые к ним профессиональные требования должны соответствовать их трудовым функциям, отражать тот уровень квалификации, который необходим для такой работы. А также необходимо установить порядок применения указанного профессионального стандарта, чтобы разрешить проблему выбора закрепления выполнения разных трудовых функций в рамках профессионального стандарта специалиста по управлению персоналом.

Был проведен анализ указанного профессионального стандарта и Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, из которого следует, что первый является более полным и отвечающим требованиям современного общества документом, но в нем так же как во втором не решен ряд проблем, связанных с требуемым образованием работников, некоторых компетенций.

А также на сегодняшний день профессиональные стандарты и Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих являются равнозначными документами, при применении субъектам трудовых правоотношений предоставляется альтернатива. Это будет источником трудовых споров и правовых коллизий, так как квалификационные требования и трудовые функции в указанных документах разные. Следовательно, законодательно необходимо ввести приоритет существующих профессиональных стандартов, так как они являются более свежими и актуальными, а в случае если профессиональный стандарт не принят по той или иной профессии,

то применять Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих.

Профессиональные стандарты являются новым институтом в российском праве, они призваны решить ряд существующих проблем, восполнить пробелы в законодательстве. Они внесут ясность для работодателей, не дадут им предъявлять слишком высокие требования к работникам, будут являться стимулом для работников. Но на сегодняшний день до конца не урегулирован переходный период к новой системе, существует недоработка самих профессиональных стандартов и законодательно не определен ряд вопросов, связанных с применением.

Научный руководитель *Л. Ф. Шайбакова*

А. А. Дадайкина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Профессиональный стандарт – инструмент управления знаниями

Аннотация. Раскрывается содержание и роль профессиональных стандартов в повышении квалификации кадров, управлении знаниями. Представлен краткий обзор опыта внедрения профстандарта врача педиатра в медицинских учреждениях дерматовенерологии, подтверждающий положительное влияние результатов внедрения на рост квалификации персонала, освоение новых медицинских технологий, развитие медицинского туризма в Свердловской области.

Ключевые слова: профессиональный стандарт; квалификация; знания; персонал.

На сегодняшний день поиск квалифицированной рабочей силы является одной из главных проблем на рынке труда. Развитие технологий опережает содержание и требование стандартов профессионального образования. Своевременного внесения изменений в образовательный процесс не наблюдается¹. Обозначенная проблема особенно актуальна для инновационных областей экономики. Одним из механизмов преодоления сложившегося разрыва является процесс разработки и внедрения профессиональных стандартов, который курируется в настоящее время Национальным советом при Президенте РФ по профессиональным квалификациям (НСПК).

Профессиональный стандарт (далее ПС) – это характеристика квалификации необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности².

¹ *Официальные* данные о показателях ГБУ СО «УрНИИДВиИ». URL: <http://urniidvi.ru>.

² *Там же.*

Предполагается, что благодаря совместным усилиям Правительства, Союза промышленников и предпринимателей и ведущих образовательных учреждений, направленных на создание Национального плана развития профессиональных стандартов будет решен ряд проблем. Сократится разрыв между требованиями, которые предъявляют предприятия и теми компетенциями, которые предоставляют учреждения профессионального образования. В долгосрочном периоде это уменьшит затраты руководителя на переподготовку и обучение сотрудников. Внедрение ПС помогает избежать дублирования функций, работник четко понимает свои трудовые функции, а работодатель получает точные критерии для оценки своего сотрудника, качества его труда. В то же время система профессионального образования получает содержательную основу для разработки необходимых учебных программ.

В ПС излагаются требования к содержанию и качеству выполнения трудовой деятельности работников различных квалификационных уровней в рамках определенной области профессиональной деятельности.

Содержание профессионального стандарта для профессии складывается из единиц (структурный элемент ПС), содержащих развернутую характеристику конкретной трудовой функции, которая является целостной, завершенной, относительно автономной и значимой для данного вида трудовой деятельности. Иными словами каждая единица содержит перечень действий, включенный в данную трудовую функцию, необходимые знания и умения, а также указание на степень сложности этих действий и уровень ответственности и самостоятельности при их выполнении. Такая структура ПС обеспечивает измеримость заложенных требований и возможность формирования на их основе механизмов оценки и сертификации квалификаций.

Далее рассмотрим, как представленный механизм работает на практике внедрения профстандартов в Государственном бюджетном учреждении Свердловской области «УрНИИДВиИ». Медицинское учреждение предоставляет образовательные и медицинские услуги по дерматовенерологии. Является единственным научно-исследовательским учреждением данного профиля, курирующим учреждения дерматовенерологического профиля Урала, Сибири и Дальнего востока. На данный момент стандарты для дерматовенерологического профиля еще не разработаны. Однако УрНИИДВиИ, являющийся вторым учреждением по значимости в стране, совместно с головным учреждением НПЦ дерматовенерологии и косметологии, находящимся в Москве, уже занимаются разработкой соответствующих профстандартов. В настоящее время принято решение, что профстандарт врача дерматовенеролога не будет делиться на врача педиатра и врача для лечения взрослого насе-

ления. Существующий профстандарт врача педиатра будет входить в необходимый функционал врача дерматолога. Таким образом, врачи учреждения уже сейчас могут ознакомиться с вероятными требованиями и предпринять своевременные действия по повышению своей квалификации до требуемых стандартов.

Для повышения качества оказания медицинских услуг, для внедрения инноваций в регион и привлечения дополнительных инвестиций необходимы высококвалифицированные кадры, включая медицинские. Поэтому врачи обязаны проходить повышение квалификации, в особенности, чтобы быть готовыми к предъявлению новых, установленных профстандартами, требований. В ранее упомянутом институте для соответствия врача его профессии, включая врача педиатра, проводят ежегодные курсы профессиональной переподготовки, повышения квалификации, программы тематического усовершенствования. Согласно статистическим данным с начала внедрения профстандартов и в связи с подготовкой стандарта дерматовенеролога количество обучающихся за прошедший год увеличилось на 20%. Исследования проводимые отделом статистики данного учреждения, а также данные отдела статистики Свердловской области свидетельствуют о привлечении инвестиций в связи с ростом квалифицированных кадров региона.

В настоящее время проводится работа по привлечению иностранных граждан. Таким образом, в нашем регионе развивается медицинский туризм. Благодаря чему внедряются новые медицинские технологии, с целью привлечения большего числа зарубежных клиентов. Как следствие растут дополнительные инвестиции в регион.

Будущее внедрение профстандарта уже сейчас имеет и иной положительный эффект. Как было замечено ранее, медицинский персонал учреждения стремится повысить свою квалификацию. За прошедший год прошли дополнительное обучение около 70% врачей научно-исследовательского института. Вероятно, именно этот фактор оказал влияние на продолжительность лечения. С ростом компетентности, профессионализма врачей уменьшилось время нахождения больных в стационаре. Заметно сокращение времени, требуемого на выздоровление детей. Реже возникает проблема с нехваткой мест для лечения хронических заболеваний в стационаре.

Однозначно можно сказать – появление профстандартов стимулирует инновационную деятельность. Делает необходимым признание новых медицинских технологий, что неизбежно влечет за собой улучшение качества медицинского обслуживания.

Научный руководитель *Н. В. Тонких*

И. И. Корзникова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Какой должна быть кадровая политика современных организаций?

Аннотация. В статье автором рассматривается вопрос создания предприятий, которые смогут отвечать требованиям сегодняшней экономической среды, и связано это, в первую очередь с кадровой политикой. Предприятие постоянно должно заниматься подготовкой работников к выполнению своих функций. От возможности сотрудников зависит качество и эффективность работы, а также инновационный потенциал компании.

Ключевые слова: кадры; сотрудники; обучение; конкуренция; компания; эффективность.

Актуальность темы. Жесткая конкуренция и постоянная изменчивость диктуют предприятиям свои условия, чтобы оставаться дееспособными и успешными, они должны соответствовать времени, а именно: быть чувствительными к любым изменениям и конкурентоспособными.

Главным в формировании указанных качеств может стать грамотная кадровая политика. Одним из факторов успеха, среди преуспевающих фирм, является повышение производительности труда через заботу о людях.

Существовавший до недавнего времени подход к кадровому вопросу можно охарактеризовать следующими терминами:

персонал отдела кадров – может быть не высокой квалификации;

средства на работу с кадрами – выделяются по остаточному принципу;

заниматься кадровой работе – лишь при возникновении проблем.

Понятно, что такой подход в современных условиях приведет к потере бизнеса. Рыночные отношения требуют от руководителей заботиться о кадрах, искать способы повышения уровня их квалификации, применять методы заинтересованности персонала.

Работа руководителя – управление людьми, а работа специалистов – управление процессами, технологиями, ресурсами. Следовательно, работа компании с кадрами должна быть нацелена на создание системы, которая работала бы с персоналом и была направлена на достижение определенного социального эффекта и получение экономической выгоды [6, с. 55].

Сегодня к кадровой политике нужны новые подходы. Она должна быть гибкой, всесторонне обоснованной и ориентированной на развития компании. С одной стороны, она должна быть стабильной (это

важно для членов предприятия), с другой – динамичной, способной быстро реагировать на экономические изменения – менять тактику предприятия опираясь на реальные финансовые возможности, обеспечивать личностный подход к работникам предприятия. Это основа для создания эффективной системы работы с кадрами, и ориентиры для руководителей при принятии решений касающихся сотрудников.

Кадровая работа включает в себя создание управленческой команды, состоящей из честолюбивых, ответственных и способных к обучению людей. Грамотно подобранный, образованный технический персонал обеспечит эффективность производственного процесса. Но в современных условиях профессионально-техническое и среднее специальное образование не может обеспечить рынок труда, значит, руководителям необходимо создавать собственные базы подготовки кадров. Предприятию от подготовленного специалиста выгода. Работник имеет именно те знания, которые нужны ему в работе, и второе, непрерывное обучение является стимулом для продвижения по службе, что важно для работника [5, с. 19].

Следует отметить, что для организации важно сохранение опытных, более квалифицированных работников, которые способны самостоятельно принимать решения, и как правило, стремятся к своему совершенствованию.

Конечно, современной компании необходимы молодые энергичные специалисты, с новыми идеями, но также нужен и опытный персонал, который поделится своим опытом и в ответственный момент уберезет от необдуманных действий.

Следовательно, в сегодняшней кадровой политике можно выделить следующие направления:

- продуманная организация кадровой работы;
- сбережение квалифицированных работников;
- ускоренный профессиональный рост;
- формирование конкурентоспособного резерва специалистов.

В основу системного подхода к организации управления людскими ресурсами входят:

1) сегодня кадровая стратегия определяет главные направления в работе с персоналом. Она должна решать уже имеющиеся проблемы, а так же уберечь от новых проблем. Организация на основе кадровой стратегии должна разработать свою кадровую политику;

2) показатели кадровой работы позволяют оценивать ситуацию с людскими ресурсами и их соответствие целям и задачам предприятия;

3) доктрина формирования людских ресурсов строится, в равной мере, на управлении менеджерами всех уровней и специализированной службой по работе с персоналом;

4) научно-технический подход к управлению персоналом, который предполагает применение персонал технологий и проектов, как инструментариив кадровой работы.

Важным условием удачной реализации системной работы с кадрами считается деятельное участие в ходе управления руководителя компании.

Чтобы привлечь многообещающих управленцев и сохранить персонал необходимо проводить адресные инвестиции в более значимых сотрудников. Сформировать привлекательную среду, создать удобные условия для работы персонала всего коллектива, которые включают:

оснащенное всем нужным, эргономичное рабочее место;
дружественную социально-психологическую обстановку в коллективе;
справедливую систему мотивации.

Организация идеальных условий для работников – необходимость. Работники не должны отвлекаться на вопросы не связанные с производством. С другой же стороны социально-психологическая обстановка и комфортные условия рабочего места, сами по себе не обеспечивают высокую производительность труда, но их отсутствие может значительно снизить качество и эффективность работы [4, с. 160].

Система гибкой и справедливой мотивации по праву считается основным условием развития организации. Предприятие должно взять на себя обязанность по проведению мероприятий побуждающих к росту интереса к трудовой деятельности, а также способствующих полному раскрытию личностных качеств человека.

Для обеспечения профессионального роста персонала необходимо: применять корпоративные эталоны профессиональной деятельности;

использовать формы обучения позволяющие соединить знания и умения наиболее квалифицированных работников;

пользоваться методами управления, способствующих росту квалификации служащих.

Важно создать систему, которая самостоятельно будет мощным источником роста профессионализма. Например, предельное смещение центров принятия решений к участкам возникновения отклонений и сбоев. Делегирование полномочий является одним из основных элементов этого процесса. Такой подход содействует развитию в подчиненных важных для функционирования самоуправляемой системы свойств, как самостоятельность, исследование, обязательность. Это «подталкивает» работников самим находить и принимать решения, расширяет их компетенцию. Конечно, всегда находятся вопросы, решение которых полностью зависят от руководителя.

Борьба за квалифицированные кадры приводит к угрозе возникновения кадрового дефицита. Решение кадровой проблемы только при ее возникновении может привести к ненужным затратам, а также стать причиной спада производства. В условиях дефицита кадров нужно отметить важнейшие критерии для подбора и определить направления для поиска персонала. Компания может пополнить ряды высококвалифицированного персонала из вузовской среды или из собственных запасов. Следует отметить, что в современной компании кадровая политика стала ключевым объектом управления и относиться к этому вопросу следует профессионально.

Библиографический список

4. *Бухалков М. И.* Управление персоналом: учебник. М.: ИНФРА-М, 2009.
5. *Кириллова Г. В., Соколова Н. Е.* Управление персоналом: учеб. пособие М.: Изд-во МГОУ, 2011.
6. *Фомина В. П., Алексеева С. Г.* Теория управления: учеб. пособие. М.: Изд-во МГОУ, 2011.

Научный руководитель *Е. Е. Лагутина*

М. М. Лапшин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Кадровая политика в системе муниципального управления

Аннотация. В статье исследуется рассматривается понятие и сущность кадровой политики на примере органа местного самоуправления – Администрации Туринского городского округа, раскрываются проблемы кадровой политики и пути ее совершенствования.

Ключевые слова: кадровая политика; муниципальное управление; кадровые службы исполнительных органов местного самоуправления.

Кадровая политика – это система целей, принципов и вытекающих из них форм, методов и критериев работы с кадрами, причем распространяется это положение на весь коллектив, в рамках которого осуществляется управление. Можно выделить основные цели кадровой политики:

соблюдение и выполнение прав и обязанностей граждан в соответствии с федеральным, региональным законодательством и нормативной базой на местном уровне;

работа кадровых служб по повышению профессионального уровня работников;

поиск кадрового потенциала в своих рабочих коллективах;
организация работоспособного и дружного коллектива, соблюдение правил трудового процесса;
подбор, отбор, обучение и расстановка квалифицированных кадров;
подготовка и повышение квалификации работников;
проведение аттестаций, тестирования, анкетирования, мониторингов в трудовых коллективах.

Суть современной кадровой политики заключается в том, что:

она должна быть направлена на реализацию реформ, проводимых в настоящее время в системе государственного и муниципального управления. Кадровая служба исполнительных органов местной власти – это подразделение в структуре муниципальной службы, которое в соответствии с законодательством:

проводит конкурсы на замещение вакантных муниципальных должностей муниципальной службы;

отслеживает процедуру прохождения испытания муниципальным служащим при устройстве на работу;

ведет делопроизводство по кадровой работе в соответствии с трудовым законодательством (оформление личных дел, прием, увольнение, оформление трудовых книжек и др.);

консультирует муниципальных служащих;

В соответствии с федеральным и областным законодательством постановлением главы Администрации Туринского городского округа утверждена Программа «Развитие муниципальной службы Администрации Туринского городского округа на 2015–2021 гг.». Целью программы является формирование высококвалифицированного кадрового состава муниципальной службы, обеспечивающего эффективность муниципального управления; совершенствование системы управления муниципальной службой, развитие организационного, информационного и финансового обеспечения муниципальной службы на территории Туринского городского округа.

Реализация Программы должна способствовать формированию у муниципальных служащих необходимых профессиональных знаний, умений и навыков, позволяющих эффективно выполнять должностные обязанности в органах местного самоуправления Туринского городского округа.

В настоящее время общая численность муниципальных служащих в Администрации Туринского городского округа составляет 79 чел., укомплектованность должностей муниципальной службы Туринского городского округа составляет 100%.

Из общего числа муниципальных служащих высшее образование имеют 65 чел. (82%), среднее – профессиональное – 14 чел. (18%). При

этом два муниципальных служащих, не соответствуют квалификационным требованиям к уровню образования для замещения должностей муниципальной службы. Из общего количества муниципальных служащих, имеющих высшее профессиональное образование, 6 чел. (9%) имеют два и более высших профессиональных образования, 8 муниципальных служащих (10%) имеют профессиональное образование по специальности «Государственное и муниципальное управление».

Анализ качественного состава муниципальных служащих по стажу и опыту работы показывает, что на должностях муниципальной службы Туринского городского округа примерно в равных частях сочетаются группы служащих, имеющих достаточный опыт работы, и работников, сравнительно недавно пришедших на муниципальную службу: муниципальные служащие имеют значительный стаж службы от 5 до 10 лет – 21 чел. (27%), от 10 до 15 лет – 13 чел. (17%), количество молодых специалистов, имеющих стаж муниципальной службы от 0 до 5 лет, составляет 13 чел. (17%), более 25 лет на муниципальной службе, составляет 11 чел. (14%).

Администрацией Туринского городского округа принимаются меры по повышению профессионального уровня. Дополнительное профессиональное образование по специализированным образовательным программам в 2016 г. из 78 чел. получили 16 чел. (9 чел. – за счет средств местного бюджета, 7 – чел. за счет средств областного бюджета), что составляет 20,5 % от общей численности.

Считаем, что кадровым службам органов местного самоуправления необходимо:

1) определить на территории своего муниципального образования конкретные цели и задачи реформирования кадровой политики (конкретизировать и знать конечный результат предполагаемых реформ);

2) наметить конкретные программы обучения муниципальных служащих (возможно по результатам проведения анкетирования, тестов с муниципальными служащими);

3) определить ожидаемые результаты, которые должны произойти в профессиональной подготовке муниципальных служащих;

4) определить способы оценки профессионального уровня муниципальных служащих;

5) определить типы обучения муниципальных служащих;

6) проработать нормативную базу на местном уровне по проведению конкурсов и аттестации муниципальных служащих;

7) проведение конкурсов и отбор конкурсантов в соответствии с требованиями законодательства;

8) заключение контрактов (трудовых договоров) с соблюдением трудового законодательства и законодательства о муниципальной службе;

9) при необходимости назначение наставника для муниципального служащего, впервые приступившего к выполнению своих обязанностей (определение форм и методов обучения);

10) действие контрактов (трудовых договоров) с соблюдением законодательства.

В настоящее время к муниципальной службе предъявляются требования со стороны граждан, общественных объединений, политических партий, которые органы власти должны учитывать в своей деятельности.

Необходимо в первую очередь провести анализ процедуры проведения аттестации муниципальных служащих. Для этого считаю необходимо привлекать в состав аттестационных комиссий больше независимых экспертов, для того чтобы результаты аттестации были более прозрачны, и видны для общества.

Считаем, что в современных условиях хромает и этика муниципальных служащих. Необходимо проводить учебу с муниципальными служащими в этом направлении. Проводить психологическое обучение, тесты, встречи со специалистами этой области. Как показывает практика, многие муниципальные служащие не умеют общаться с «простым народом», не могут отвечать на письма и обращения граждан. Процветает просто хамское отношение к обратившимся гражданам в органы власти.

Таким образом, данные направления работы необходимо применять во всех органах местного самоуправления. Это требования современной жизни, это требования, диктуемые логикой проводимых в стране социально-экономических и политических преобразований.

Научный руководитель *Е. А. Ляшенко*

Дистанционное обучение в вузе: историко-педагогический аспект

Аннотация. В статье рассматривается сущность дистанционной формы обучения. Исследование проблемы затрагивает различные аспекты: методический, психологический, методологический. Одним из них является исторический. Анализ различных историко-педагогических источников позволил выделить автору четыре этапа развития дистанционного обучения. За основу периодизации взят способ передачи информации между преподавателем и обучающимися. Также в статье раскрыты особенности дистанционного обучения в Уральском государственном экономическом университете.

Ключевые слова: дистанционное образование; обучение; педагогика.

В условиях модернизации образования и интенсивного развития научно-технического прогресса появляются новые формы обучения, в том числе дистанционное, предполагающее взаимодействие преподавателя со студентами на расстоянии и реализующаяся средствами Интернет-технологий. Оно обладает такими свойствами как доступность, гибкость и модульность образования и, являясь постоянно совершенствуемой технологией, отвечает требованиям современной жизни.

Проблемы дистанционного обучения исследуют ученые: педагоги, психологи, социологи. Среди них: А. А. Андреев, В. В. Вержбицкий, В. И. Овсянников, Е. С. Полат, И. В. Роберт, В. И. Солдаткин и др.

Исследование проблемы имеет различные аспекты: методический, психологический, методологический. Одним из них является исторический. Анализ различных историко-педагогических источников позволяет условно выделить четыре этапа развития дистанционного обучения. За основу периодизации взят способ передачи информации между преподавателем и обучающимися.

Первый этап – почтовый (1940-е годы – начало XX века). Он связан с появлением почтовой связи. Родоначальником считается Исаак Питман, начавший в 1840 г. с помощью почтовых отправок обучать стенографии студентов в Объединенном Королевстве Англии. Учащиеся по почте получали учебные материалы, переписывались с педагогами и сдавали экзамены доверенному лицу или представлялась научная работа [7]. В США в 1970-е годы также были предприняты шаги по организации дистанционного обучения.

Анна Элиот Тикнор в 1873 г. разработала систему обучения по почте для женщин и назвала ее Общество Тикнор. Вскоре дистанционное обучение стало появляться и в других странах. В 1914 г. для детей,

живущих далеко от обычных школ было организовано обучение по почте по программе начальной школы. Позднее подобные системы для школьников начали использовать в Канаде и Новой Зеландии [7]. В 1939 г. во Франции был создан Государственный центр дистанционного обучения для детей, не имеющих возможности посещать школу. В настоящее время этот центр стал крупнейшим учебным заведением дистанционного образования в Европе. Основными характеристиками данного этапа являются: доступность, тривиальность, локальная распространенность.

Второй этап – телекоммуникационный (1950–1970-е годы). Появление радио и телевидения внесло изменения в дистанционные методы обучения. Это был значительный прорыв, в результате которого численность обучающихся значительно возросла. Начиная с 1950-х годов стали появляться различные обучающие радио- и телепередачи. Однако у телевидения и радио был существенный недостаток – у учащихся не было возможности получить обратную связь. С начала 1970-х годов появляются системы дистанционного обучения в целом ряде стран, в том числе в Испании, Пакистане, Индии. В 1979 г. в Китае впервые в истории дистанционного образования была создана Национальная сеть радио и телевизионных университетов. Именно здесь впервые в дистанционном обучении стал применять комплексный подход. В этой стране было разработано большое количество печатных пособий, которые предназначались специально для дистанционного обучения, а также радио- и телепередач (позже получили распространение аудиокассеты). Уже имеет место двухсторонняя связь, которая осуществлялась при помощи очных консультаций, краткосрочных курсов и, конечно же, переписки. Такая модель была довольно дорога на подготовительном этапе, но с созданием всех нужных материалов и программ на обучение каждого нового студента уже не требовало таких затрат.

Третий этап – информационный (конец XX века). Новый этап в истории дистанционного обучения связан с появлением персональных компьютеров, снабженных графическим пользовательским интерфейсом, обеспечивающим воспроизведение мультимедийных данных в различных форматах. Использование мультимедийных возможностей персональных компьютеров позволило значительно расширить применение компьютерных обучающих систем. Доступность персональных компьютеров создала возможность, связанную с упрощением и автоматизацией обучения. Компьютерные обучающие программы появились на первых компьютерах в виде различных игр. В 1988 г. был реализован советско-американский проект «Школьная электронная почта». Пионерами спутниковых технологий дистанционного обучения в 1990-е годы стали

Международная ассоциация «Знание». Характерной чертой этого этапа является внедрение средств массовой информации в учебный процесс.

Четвертый этап – сетевой (начало XXI века). Современный этап истории дистанционного обучения наступил с появлением глобальной сети Интернет, которая является мировой компьютерной сетью и объединяет миллионы людей в 26 странах мира. Возможности сети Интернет и предоставление доступа к учебному контенту практически из любой точки мира позволили сделать серьезный рывок в развитии использования информационных технологий в образовательной сфере. Распространение «быстрого интернета» дало возможность использовать «он-лайн» семинары (вебинары) для обучения. С этого момента начинается использование термина «Дистанционное обучение».

С каждым годом дистанционному обучению уделяется все больше внимания. Ведущие европейские страны, а так же США и Канада, уже давно строят свои системы образования по этому принципу, и весьма успешно воплощают их в жизнь. Более 10% студентов зачислены в университеты Великобритании по программе дистанционного обучения. В США ежегодно увеличивается численность студентов обучающихся по программам дистанционного обучения. В настоящее время 30% американских студентов изучают, по крайней мере, один курс в режиме «он-лайн».

В России дистанционное обучение появилось в 1917 г. В это время была разработана модель дистанционного образования, названная «консультационной», т. е. заочной. Уже к 1960-м годам в СССР было 11 заочных университетов. С начала 1990-х годов российское образовательное и научное сообщество России стало обращать внимание на дистанционное обучение, особенно после принятия в 1995 г. Концепции о создании и развитии единой системы дистанционного обучения в России. В настоящее время количество образовательных учреждений в той или иной степени использующих технологию дистанционного обучения стремительно растет.

Анализ современных аспектов проблемы позволяет выделить следующие тенденции развития дистанционного обучения: поступательное развитие дистанционного образования; усиление взаимосвязи развития техники с появлением более эффективных форм дистанционного обучения; увеличение численности обучающихся по различным формам дистанционного обучения.

Э. М. Хабибулина выделяет следующие характерные черты дистанционного обучения: гибкость; модульность; специализированный контроль качества; специализированные технологии и средства обучения [8].

Несмотря на то, что дистанционное обучение все больше входит в нашу жизнь, как и все виды обучения оно несовершенно. Приводится много аргументов как за дистанционное образование, так и против него. Вопросы эти связаны и с организацией учебного процесса, и с качеством знаний, и с возможностями контроля знаний, умений и навыков. Дистанционное обучение исключают моменты, связанные с индивидуальным подходом и воспитанием. Также дистанционное обучение оказывает негативное влияние на зрение. Для обучения необходимо наличие целого ряда индивидуально-психологических условий. Для дистанционного обучения необходима жесткая самодисциплина, а его результат напрямую зависит от самостоятельности и сознательности учащегося. Так же одной из проблем является наличие постоянного доступа к источнику информации. Нужна хорошая техническая оснащенность. Этим проблемам необходимо уделить особое внимание, а систему дистанционного обучения необходимо дорабатывать и совершенствовать.

Библиографический список

7. Булатова Е. К. Case-study как интерактивный метод в обучении студентов при изучении дисциплины «Управление персоналом» // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 7-2.

8. Булатова Е. К., Никифорова А. П. Достойный труд – безопасный труд // Достойный труд – основа стабильного общества [Текст]: сб. ст. VII Международ. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 2–3 ноября 2015 г.) / [отв. за вып. А. С. Мельникова]. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015.

Научный руководитель *Е. К. Булатова*

Самые популярные федеральные земли Германии для молодых специалистов

Аннотация. В статье приводится таблица привлекательности немецких земель в плане профессиональной деятельности для молодых специалистов в процентном отношении. Наиболее привлекательными федеральными землями Германии для молодых специалистов в настоящее время являются Бавария, Баден-Вюртемберг и Северный Рейн-Вестфалия. Многие студенты видят перспективы работать за границей.

Ключевые слова: Германия; федеральные земли; начало карьеры; привлекательность земель; студенты.

Столица Германии Берлин стала магнитом для молодых специалистов. Прежде всего этот город актуален у выпускников на западе. Но первые три места принадлежат на сегодня, однако, иным федеральным землям.

До падения Берлинской стены многих молодых людей привлекал Берлин. Столица имела большое преимущество: там молодежь не привлекалась к службе в армии, это был рай для тех, кто хотел бы отказаться от боя с оружием.

После объединения город стал наиболее привлекательным для прибывавшей в столицу молодежи. Небольшая арендная плата манила многих художников, артистов. Город был своим для «левых» интеллектуалов, отверженцев, анархистов и прочих свободных художников.

Постепенно в город потянулись молодые люди, которые прибывали не для праздного образа жизни, а на заработок денег. Все больше и больше студентов находят в городе лучшие возможности для будущей профессиональной деятельности.

Если два года назад только 19% студентов Германии представляли Берлин как начальную профессиональную ступень, то в настоящее время их насчитывается уже 29%. Город становится популярным особенно на западе у нынешних выпускников, которые заявляют себя на рынке труда. Здесь индекс популярности столицы резко поднялся вверх – с 15 до 27%.

На востоке он также несколько улучшился – с 30 до 34%. Это является результатом исследования, проведенного статистическим бюро «ЕУ» среди 3 500 студентов в 27 городах.

«За пределами Берлина столица воспринимается главным образом как территория возможностей», – говорит Анна-Кристина Грохнерт, специалист компании «ЕУ».

Хотя Берлин сделал огромный скачок вперед в плане привлекательности для профессионального роста и реализации профессиональных амбиций для выпускников вузов, одним из трех ведущих городов в этом плане столица еще не является. Первые три места занимают основные земли: лучшие перспективы для карьеры видятся в Баварии – 61% (2014 г. – 62%), 48% (44%) в Баден-Вюртемберге и 32% (33%) в Северной Рейн-Вестфалии.

Привлекательность федеральных земель Германии для молодых специалистов:

Какие земли предлагают наилучшие перспективы для вашей карьеры?
(данные 2016 г. (в скобках – 2014 г.), %):

Бавария	61 (62)
Баден-Вюртемберг	48 (44)
Северный Рейн-Вестфалия	32 (33)
Берлин	29 (19)
Гамбург	23 (19)
Гессен	18 (16)
Нижняя Саксония	10 (11)
Рейнланд-Пфальц	8 (6)
Саксония	4 (5)
Тюрингия	3 (2)
Шлезвиг-Гольштейн	3 (2)
Бремен	2 (1)
Мекленбург-Передняя Померания	2 (2)
Бранденбург	2 (2)
Саарланд	2 (1)
Саксония-Анхальт	1 (2)

В южных землях – в Баварии и Баден-Вюртемберге в последние годы наблюдается активизация в развитии промышленности, что привело к фактически полной занятости в некоторых регионах данных земель. Бизнес там нуждается в профессионалах.

Первые восемь мест по возможностям профессионального применения рабочей силы – за исключением Берлина – занимают только федеральные земли Запада, и последние три места занимают федеральные земли Восточной Германии: лишь один процент респондентов предполагает, что их карьера может реализоваться в Саксонии-Анхальт. Два процента респондентов – будущих специалистов – назвали Бранденбург и Мекленбург-Переднюю Померию, а также Бремен и Саарланд.

Студенты из Западной Германии не видят перспектив для своего профессионального роста на Востоке. В то время как экономически успешные земли с их популярными метрополиями привлекают все больше молодых людей, некоторые регионы Германии рискуют потерять привлекательность для молодых работников.

Учащиеся колледжей имеют мало иллюзий относительно применения своих профессиональных возможностей. Пока студенты в проце-

тающих землях, таких как Баден-Вюртемберг, хотят найти работу на месте, многие студенты из Восточной Германии уже знают, что они должны упаковать вещи и переехать за несколько сотен километров с целью найти работу.

В целом, 36% студентов из Восточной Германии сочли «весьма вероятным» переселение после обучения в другой регион Германии, и 30% студентов из Западной Германии планируют переселение в иной регион в поисках работы.

Хотя студенты на Востоке имеют мало перспектив трудоустройства, результаты исследования свидетельствуют, однако, о высокой степени гибкости и открытости проживающих там молодых людей, что намного ощутимее, чем на западе. С самого начала «восточные» студенты думают о профессиональном старте за пределами своего собственного региона и даже за пределами немецких границ. 53% опрошенных студентов в Восточной Германии находят карьеру за рубежом «весьма вероятной» или, по крайней мере, «вероятной». С этим «сценарием» могут согласиться лишь 34% студентов из западной Германии.

Студентов из Берлина, Мекленбург-Передней Померании и Бранденбурга привлекает практически весь мир. 24% обучающихся в данных землях считают иностранный старт «весьма вероятным». Чуть меньше процент опрошенных составляет в землях Саксония (19%) и Саксония-Анхальт (15%). Студенты там представляют себе реальным получение первого опыта работы за пределами привычной среды.

Этот процент очень низок среди опрошенных студентов в землях Баден-Вюртемберг (1%), 2% в Рейнланд-Пфальце и 5% в Тюрингии. В Гамбурге (6%) и Баварии (8%) 20-летние планирующие начать трудовую деятельность только с трудом могут согласиться с предложением вакансий в других странах.

Процент оптимистов относительно реализации своих профессиональных возможностей, отвечающих их ожиданиям и квалификации, чрезвычайно высок у учащихся, опрошенных в землях Баден-Вюртемберг – 99%, Рейнланд-Пфальце – 97%, в Баварии – 96%.

Не вызывает удивления то обстоятельство, что выпускники университетов Бранденбурга, Мекленбурга-Передней Померании и Саксонии-Анхальт видят гораздо больше пессимизма относительно возможностей трудоустройства. Только 74% студентов уверены в том, что они могут быстро найти правильное рабочее место.

И как точную возможность реализации своих профессиональных амбиций студенты всех регионов Германии видят в столице Берлине.

Научный руководитель *Г. Н. Монахова*

И. А. Полухин, Д. Н. Агеев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Проблемы инновационно-технологического развития России

Аннотация. Проведен анализ ключевых проблем инновационного развития России. Авторами сформулированы способы предотвращения возникших проблем.

Ключевые слова: инновационное развитие; инновации; технологии; инновационный продукт; конкурентоспособность; технологии.

В настоящее время инновационная деятельность является одним из важных показателей динамического развития экономической системы страны. Уровень развития национальной инновационной сферы оказывает сильное воздействие на конкурентоспособность страны и является необходимым для полноправного участия страны в мировом разделении труда.

Сложная геополитическая обстановка заставляет российскую экономику взять курс на импортозамещение. И в данных условиях Россия как никогда ставит самые амбициозные и труднодостижимые цели, но все же, все эти цели выполнимы.

Известно, что современное социально-экономическое развитие России характеризуется сырьевой зависимостью. Темпы развития страны в большей степени зависят от цен на сырье и производимых из него материалов. Поэтому экономика страны как никогда нуждается в модернизации, в первую очередь, необходимо обновление основных фондов, а также, немаловажным является устранение технологического отставания.

К сдерживающим факторам инновационного развития относится недостаточное финансирование со стороны государства [1]. По данным исследования Высшей школы экономики, Россия за 2015 г. потратила около 40 млрд дол. на науку, а это в 11 раз меньше, чем США (около 457 млрд дол.)¹.

По причине нехватки денежных средств происходит сокращение числа научных сотрудников, занимающихся инновационной деятельностью. Большая часть российских ученых мигрируют из страны, из-за сравнительно низкой заработной платы. В результате всех этих миграций, Россия теряет очень большое количество потенциальных разработок, которые могли бы принести репутацию стране на мировом рынке. Вследствие всего этого, в стране так же наблюдается недостаток ква-

¹ Исследования ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. URL: <https://issek.hse.ru/press/191431758.html>.

лифицированных специалистов. Связано это не только с миграцией в другие страны, но и со слабой профессиональной подготовкой аспирантов.

Еще одним сдерживающим фактором является нежелание частных инвесторов вкладывать деньги в развитие науки. Несмотря на острую необходимость развития инновационной деятельности, отечественный бизнес не стремится внедрять у себя различные инновационные нововведения. Это объясняется тем, что вероятность получения прибыли от инновационного продукта очень мала [1]. По официальным данным это 1-3% от общего числа разработок. В этой ситуации также присутствует проблема недостаточного вмешательства государства, способного изменить эту ситуацию путем введения различных государственных программ, субсидий, налоговых льгот для предприятий занимающихся разработкой инновационных продуктов.

В настоящий момент в России сложилась такая ситуация, когда есть все для успешного инновационного развития экономики - природные ресурсы, технологии их использования и растущий внутренний платежеспособный спрос. Но нет профессиональных управленцев, которые смогли бы объединить все эти ресурсы в готовый продукт. Существующая программа подготовки полностью не соответствует мировым стандартам. Все необходимые знания и опыт можно получить только за рубежом. Нужно создать абсолютно новую образовательную программу для предпринимателей и управленцев, при поддержке успешных менеджеров России [2]. Если такая работа не будет выполнена, то и дальше российские разработки будут оптом скупаться зарубежными компаниями.

Следующая проблема, это то, что зарубежные инвестиции практически не участвуют в создании в России современных высокотехнологичных производств и услуг. Необходима разработка комплексной концепции государственной политики в сфере привлечения зарубежных инвестиций. В концепции должны быть определены отраслевые и территориальные приоритеты (включая условия доступа иностранного капитала в «стратегические» отрасли; меры по снижению инвестиционных рисков и обеспечению льгот вкладчикам) [3].

Из проблем, изложенных выше, вытекают несколько вариантов решений, для улучшения инновационного развития страны.

Первым шагом следует проанализировать уже зарегистрированные ранее изобретения в различных областях экономики России и не используемые на практике. Целесообразно выявить инновационные направления развития и приступить к разработке проектов их практического использования в производстве и доведению до рынка. Инициатором в этом деле должно быть государство с привлечением бизнеса

[3]. Кроме того, целесообразно изучить зарубежные изобретения и выявить возможность их покупки для организации производства в нашей стране.

Следующим шагом будет устранение разрыва между наукой и производством. Большинство ученых жалуется на то, что производственники не интересуются их новыми разработками, но на самом деле, они ничего не знают об этих разработках. Необходимо создать некие институты, чьей задачей станет налаживание взаимодействия между наукой и производством. Это могут быть либо отдельные организации, либо какие-то специальные подразделения в составе научных учреждений¹.

Так же необходимо создание благоприятного инновационного климата, развитие венчурного финансирования малого и среднего инновационного бизнеса, поддержка экспорта отечественной наукоемкой продукции и импортозамещение на отечественном рынке.

Таким образом, инновационная деятельность играет важную роль в экономике страны. Внедрение и разработка новых технологий помогает повысить конкурентоспособность отечественных товаров, а также имидж целой страны. И если решить все вышеперечисленные проблемы, то можно с уверенностью сказать, что Россия сформирует эффективную и конкурентоспособную экономику, которая обеспечит экономический рост, в долгосрочном периоде, способный вывести страну на новый уровень благосостояния.

Библиографический список

1. *Авдеева Е. А., Гафиятуллина Л. Р.* Проблемы инновационного развития в России // Cyberleninka.ru. 2015. № 42.
2. *Ефимычев Ю. И., Ермохин Д. В., Плигин С. А.* Ключевые аспекты инновационного развития экономики России // Управление экономическими системами. 2014. № 3 (63).
3. *Шумаев В. А.* Управление инновациями: состояние, теория, практика: монография. М.: МУ им. С. Ю. Витте, 2015.

Научный руководитель *Н. И. Кирикова*

¹ Как устранить разрыв между наукой и производством? URL: <http://academcity.org/content/kak-ustranit-razryv-mezhdu-naukoy-i-proizvodstvom>.

С. О. Помелов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Студенческая учебно-производственная практика в сфере науки и исследований на предприятиях Германии

Аннотация. Прохождение практики является идеальной подготовкой к будущей трудовой жизни, помогает приобрести ценные социальные навыки. Плюсы практики – возможность заглянуть во внутрь предприятия будущего работодателя, подготовиться к профессиональной деятельности.

Ключевые слова: практика; образовательный программы; предприятие; научно-исследовательское учреждение; студент; карьера.

Прохождение практики в научно-исследовательских областях для многих студентов вузов Германии является идеальной подготовкой к их будущей трудовой профессиональной деятельности, так как практический опыт в области научных исследований и развития, а также в науке являются прекраснейшей перспективой и большим плюсом каждого резюме устраивающегося на работу. Тем не менее, будущая карьера не должна ставиться в прямую зависимость от прохождения производственной практики. Не только во время учебы, но и, например, во время каникул, студенты могут в реальной рабочей атмосфере приобретать ценные социальные навыки и компетенции, так называемые «мягкие» навыки («soft skills»).

Многие учебные образовательные программы предполагают практику даже сверх учебного плана, так как это предоставляет студентам возможность реализации и конкретизации теоретических знаний на практике.

К преимуществам такого вида практики является также и то, что студент имеет возможность в течение короткого времени заглянуть внутрь предприятия или научно-исследовательского учреждения, увидеть изнутри и понять их функционирование и их иерархию, прочувствовать их интересы, т.е. познакомиться с предприятием, которое может стать его будущим работодателем. Так как зачастую именно экс-студентов-практикантов, положительно зарекомендовавших себя во время практики, после успешного окончания своей учебы в вузе предприятия берут к себе на работу. Именно практика в области науки и исследования открывает дверь в профессиональный мир.

Информацию о возможностях прохождения практики и возможных местах ее прохождения студенты немецких вузов могут найти на сайте academics.de. Здесь на Портале размещается информация о ва-

кантных местах для прохождения практики, а также практические советы для всех, кто видит свое профессиональное будущее в науке.

В рубрике «Профессиональное вхождение в науку» можно также получить информацию о возможностях карьерного роста и поступления в аспирантуру, о возможностях получить работу в отделах исследования и развития на промышленных предприятиях.

Научный руководитель *Г. Н. Монахова*

Ю. С. Попкова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

HR-аудит и его роль в деятельности современной организации

Аннотация. В данной статье изучены вопросы, связанные с проведением HR-аудита, а так же его роль в деятельности современных организаций, выделены основные направления исследования в данной области. Авторы статьи рассматривают особенности, виды и модели HR-аудита.

Ключевые слова: HR-аудит; управление персоналом; современные организации; внешний аудит; внутренний аудит; кадровый аудит.

В последние несколько десятилетий с возрастанием роли человека в производственном процессе, растет внимание к трудовым ресурсам и их роли в функционировании предприятия, что нашло отражение в формировании особого направления аудиторской деятельности – аудита в трудовой сфере, позволяющего убедиться, что трудовой потенциал предприятия, организации используется полностью и эффективно [1, с. 61].

Значение грамотного HR-аудита в работе современных предприятий и организаций постоянно растет. Это объясняется тем, что управленческие механизмы усложняются, а роль человеческого фактора в эффективном производстве повышается.

Под обозначением HR-аудит понимается стройная система, работающая в нескольких направлениях. В процессе кадрового аудита оказывается консультационная поддержка сотрудников кадровой службы компании, проводится анализ и независимая экспертиза, в ходе которых определяется кадровый потенциал. В сочетании с данными финансово-хозяйственного аудита это дает возможность понять, насколько оптимально соотношение задач предприятия и его кадровой составляющей.

Кроме того, выявляется, соответствует ли работа сотрудников компании законам и нормам, принятым в той области, где ведет свою

деятельность предприятия. Делается вывод о том, насколько эффективно ведется работа с кадрами, направленная на достижение целей организации.

В процессе HR-аудита становятся очевидными социальные риски, которые имеются в компании. После анализа ситуации предлагаются возможные решения для их минимизации.

В роли объекта кадрового аудита выступает полностью система, в соответствии с которой на предприятии или в организации организована работа сотрудников. Детальному анализу подвергается система управления персоналом.

К особенностям HR-аудита относят то, что:

он нацелен на повышение эффективности работы организации в целом;

проводится по формальным программам, экспертные процедуры и заключения выполняются по официальной принятым алгоритмам;

не зависит от предприятия, кадровая работа которого исследуется;

проводится специалистами, которые обладают соответствующими знаниями и опытом [2, с. 104].

HR-аудит разделяется на внешний и внутренний, в зависимости от того, какие специалисты его выполняют.

Внешний аудит проводят специалисты сторонней компании, которым помогают сотрудники проверяемого предприятия. Эта форма кадрового аудита в России начала развиваться в середине 1990-х годов, когда в стране появились первые консалтинговые компании.

Внутренний аудит выполняется силами специалистов самих предприятий. Некоторые крупные организации имеют в своем составе подразделения, задача которых – заниматься аудитом. Такие службы могут вести кадровый аудит. Это особенно актуально при наличии разветвленной филиальной сети компании. Контрольная бригада помогает согласовать действия управленцев разных подразделений [5, с. 54].

Также выделяют виды аудита: по периодичности исследования (текущий, оперативный, регулярный, панельный); по полноте охвата изучаемых объектов (полный, локальный, тематический); по методике анализа (комплексный, выборочный) [4, с. 206].

Полученные по итогам аудита данные используются, чтобы усовершенствовать управленческую стратегию на предприятии. Это, в свою очередь, благоприятно влияет на рост эффективности работы компании.

Среди существующих моделей HR-аудита можно выделить несколько основных, которые отличаются между собой функциональными возможностями.

Согласно модели Д. Экардштейна, у аудита системы управления персоналом две главные цели – помочь наладить целевое планирование в области кадровой политики компании, а также составить план мероприятий по управлению персоналом. Второе вытекает из первого. Например, если предприятие испытывает дефицит квалифицированных сотрудников, то необходимо определиться с целями планирования кадровой работы. К планированию конкретных действий относится, к примеру, ввод новой системы оплаты.

В соответствии с моделью Вебера задачей аудита становится работа по анализу и контролю результативности кадровой работы. Оценивается то, насколько эффективно ведется обучение персонала, для чего анализируется три типа характеристик. Первая – проверка процесса обучения. Вторая – перемены поведения сотрудника на месте работы. Третья – выход предприятия на уровень рентабельности и эффективности работы.

В России Веберовская модель кадрового аудита встречает ряд препятствий в своей реализации. Главная причина в том, что сотрудники отечественных предприятий мало заинтересованы повышать свою квалификацию, поскольку не видят прямой взаимосвязи между ростом профессионализма и уровнем оплаты труда. Свой вклад вносит недостаточное желание руководителей и собственников вкладывать средства в обучение сотрудников, поскольку те часто меняют место работы.

В третьей модели, Х. Ю. Кюппера и А. Хаунсчайлда, получившей название модели компетентности, определяется, насколько потенциал сотрудника отвечает тем требованиям, которые предъявляет ему работодатель. Оценивается профессионализм и социально-психологическая устойчивость сотрудника, а также его уровень в достижении целей, определенных стратегией компании. При высокой функциональной и интеллектуальной компетентности специалист работает с хорошими результатами, а высокий уровень компетентности социальной зависит от мотивации и отношений с другими сотрудниками.

Также применяется модель А. Вальтера, А. Шмидта и М. Хаберама, в которой все процессы бизнеса делятся на две части – основные и вспомогательные. Во время аудита составляется профиль компетентности, выделяются параметры результативности работы сотрудников [3, с. 112].

Предприятия многих стран уделяют все больше внимания проведению кадрового аудита. Объемы исследований в сфере управления персоналом ежегодно растут. По мнению специалистов, у этого есть веские основания.

Во-первых, хорошо налаженная работа кадровой службы становится гарантией, что на предприятии будут соблюдаться все законы в об-

ласти труда. Это позволяет избежать проблем, в том числе судебных разбирательств.

Во-вторых, рост вложений в человеческие ресурсы требует взвешенного подхода к управлению персоналом – затраты на оплату труда и соцпакет должны окупаться.

В-третьих, качество управления персоналом напрямую отражается на производительности предприятия.

В-четвертых, грамотная кадровая работа становится необходимой частью положительного имиджа организации, что оказывает влияние на ее конкурентоспособность на рынке. Поведение многочисленных исследований в области кадрового аудита показало, что грамотное управление персоналом способно значительно повысить эффект работы предприятия.

Библиографический список

1. *Гиниева С. Б., Камский В. В.* Тенденции развития социально-трудового аудита в российских организациях // *Управленец*. 2011. № 1-2.

2. *Игнатъева А. В., Максимцов М. М.* Исследование систем управления: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юнити-Дана, 2009.

3. *Никонова Т. В., Сухарев С. А.* Управленческий аудит: персонал. М.: Экзамен, 2012.

4. *Пехтерева Е. И., Гиниева С. Б.* Аудит персонала: подходы к определению и классификация // *Достойный труд – основа стабильного общества: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф.*: в 2 т. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2014. Т. 1.

5. *Силин А. Н.* Кадровый аудит: учеб. пособие. Тюмень ТюмГНГУ, 2012.

Научный руководитель *С. Б. Гиниева*

М. А. Скорынин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Профессиональная подготовка иностранных студентов в университетах Германии

Аннотация. Германия является центром привлечения иностранных студентов со всего мира. Вузы Германии имеют высокое качество подготовки специалистов в различных областях. Наряду с преимуществами имеется ряд трудностей для желающих обучаться, и, в первую очередь, это языковые проблемы, которые, однако, решаются в ходе обучения, на языковых курсах при университетах.

Ключевые слова: иностранные студенты; вузы Германии; профессиональная подготовка; языковые курсы.

Если бы проводилось состязание за статус самой популярной студенческой страны мира, то Германия занимала бы в нем высокое место. Совместное исследование Немецкой службы Академических обменов (DAAD) и Немецкого центра высшего образования и научных исследований (DZHW) показывает: все больше иностранных студентов хотят учиться в немецких вузах. В 2015 г. обучалось 235 858 студентов из других стран в одном из 240, из них почти в 100 государственных и частных вузах, это около девяти процентов всех обучающихся в Германии. В 2009 г. их было лишь около 55 000. Большинство студентов хотят получить степень бакалавра или магистра, и десять процентов приезжали в Германию для написания и защиты кандидатской (докторской) диссертации. Прежде всего в Германию приезжают молодые студенты из таких стран, как Индия и Россия, но также все больше французов, австрийцев и итальянцев принимают решение учиться здесь. Самая большая группа – китайцы. Из них в настоящее время 30 000 учатся в одном из немецких вузов.

Самая популярная специальность – инженерные науки, второе и третье место приходится на правовые, экономические и социальные науки, а затем следуют математика и естественных предметы. Особенно много студентов обучаются в Берлине, Аахене и Бранденбурге.

Почему же иностранные студенты стремятся в Германию? Существует много причин: «Очень хорошее качество образования почти во всех университетах делает учебу здесь привлекательной. Особенно в таких специальностях, как инженерные науки и медицина, это видно очень явственно», – говорит Хайко Рихтер, занимающийся в университете Штутгарта вопросами международного сотрудничества. – «И для части студентов привлекательным является факт отсутствия платы за обучение».

Ситуация с обучением в Германии в сравнении с другими странами, такими, как Великобритания или США, довольно благоприятна. Берлинский Mercator Institute for China Studies исследовал причины, почему китайские студенты едут в Германию, и подсчитывает, что шесть лет обучения в Германии, включая затраты на проживание, стоят около 50 000 евро. А, например, учеба в американском университете города Иова, как показывают официальные исследования, стоит в девять раз дороже. И это, конечно, большая разница.

Однако, хотя Германия крайне популярна у иностранных студентов как центр получения профессиональных навыков, почти половина из них не может закончить свое обучение. Виной тому является недостаточно хорошее знание немецкого языка. Поэтому эксперты требуют проверки языковых знаний на раннем этапе. «Для заявления на обучение в университете Штутгарта, например, требуется наличие как минимум 500 ч немецкого языка как иностранного, что должно соответствовать сертификату A2», – заявила Сивилла Майер, руководитель отдела международных связей вуза. Если студенты получают допуск к учебе, они после сдачи языкового теста должны пройти учебу в языковом колледже на уровне, соответствующем их знаниям. И лишь после сданного теста «Deutsch als Fremdsprache» («Немецкий язык как иностранный») иностранные студенты могут начать профессиональную учебу.

Но не только для многих новый и чужой язык может стать проблемой. Многие иностранные студенты находят немецкую бюрократию очень сложной. Особенно в случае, если чиновники ведомств не говорят по-английски. Но также поиск жилья и отсутствие социальных контактов может быть причиной, почему интернациональные студенты чувствуют себя неуютно и, как результат, многие возвращаются на родину, не доучившись до конца.

Поэтому многие вузы предлагают индивидуальный подход и наставников, которые встречаются с новыми студентами и помогают им и в особенности в первые месяцы пребывания в вузе. В университетах приветствуется это явление: зачастую эта помощь переходит в дружбу между студентом и наставником на весь период обучения и может продолжаться и позже.

Научный руководитель *Г. Н. Монахова*

Иностранный язык в сфере обслуживания

Аннотация. Важность знания иностранного языка сложно переоценить. Практически невозможно представить себе жизнь современного человека, не знающего иностранный язык, так как большое количество современных средств коммуникации и общения ориентированы на людей, владеющих языком. В последнее время иностранные языки являются объектом пристального внимания и изучения не только ученых, но и обычных людей. Следует обозначить возрастающую роль языков в осуществлении влияния на сознание и активность населения. Также следует помнить, что знание иностранных языков является важнейшим в области личного и профессионального общения людей, что позволяет ему быть на шаг впереди других.

Ключевые слова: иностранный язык; английский язык; сфера обслуживания; туризм.

Одним из наиболее важных языков в мире является английский. На данный момент, он занимает второе место в списке самых распространенных языков. В целом, им пользуется пятая часть всего населения планеты. Английский является официальным языком в 53 странах, 300–400 млн людей считают его родным, а около 1 млрд изучают как второй язык.

В настоящее время английский применяется в качестве ведущего языка для международного общения. Человек в современном обществе должен знать хотя бы один иностранный язык, так как взаимопонимание между национальностями имеет важное значение для мирного сотрудничества. На сегодняшний день разрабатываются разнообразные формы международного общения: встречи, выставки, научные конференции, форумы, презентации, спортивные мероприятия, общий бизнес. Сайты, новости, инструкции по использованию и книги, первоначально, переводятся на английский язык. Он является действующим в большинстве компьютерных программ, а 71% переписки населения мира происходит на языке Англии и Америки.

Популярность языка предполагает, что знание английского на данный период является практически обязательным. Специалист, знающий иностранный язык, уверенно ощущает себя в рыночных условиях.

В сфере обслуживания английский также играет важную роль. Поскольку язык является международным и общепринятым, поэтому владение им очень важно для людей, чья деятельность связана с бизнес – туризмом и индустрией гостеприимства.

Интуристов в «столице Урала» – Екатеринбурге стало гораздо больше. Причиной служит как валютный курс, так и улучшение ин-

фраструктуры, а также выросший интерес к России после того, как прошла Олимпиада. К тому же, в нашей стране реализовываются яркие и необычные мероприятия и фестивали.

Сегодня Екатеринбург стоит на третьем месте в рейтинге российских городов, интересующих международных туристов. Иностранцам известно о «кладбище мафии» в Екатеринбурге, перевале Дятлова, парке Оленьи Ручьи. Стела на границе Европы и Азии, Ганина яма, Уралмаш – в свете этих достопримечательностей нас видят иноземцы. Также, в МВЦ «Екатеринбург – ЭКСПО» проходят свыше 150 различных мероприятий и бизнес-конференций в год.

Как мы видим, представители сферы услуг, туризма и гостиничного бизнеса должны приложить значительные усилия для того, чтобы интуристы ощущали себя комфортно. Прежде всего, должен отсутствовать языковой барьер, так как тяжело узнавать новые места, не говоря по-русски. Удобным расположением иностранцев занимаются туристические компании. Те, кто путешествует самостоятельно, информационную поддержку – вызов такси, покупка билетов, выбор маршрута для прогулки – могут получить в гостинице или из интернета. Помощь в оформлении покупки, обслуживание в кафе на иностранном языке, очевидно, оставит хорошее впечатление.

Это еще раз показывает потребность в иностранном языке у представителей сферы услуг. Уже при поступлении в высшее учебное заведение, будущие специалисты должны понимать, что необходимость в иностранном языке определяет их профессиональную занятость. Студенты приобретают цель и мотивацию к получению знаний, которые будут полезны в дальнейшей работе. С образованием в определенной сфере, а также с высоким уровнем иностранного языка, можно легко найти работу.

Владение английским языком даже на разговорном уровне облегчает путешествие за границу и учебу в иностранных заведениях. Одни рассматривают работу за рубежом, в жарких туристических странах – Шри-Ланка, Таиланд, Кипр. Другие мечтают жить в экономически богатых странах – Германия, Англия. Высокий уровень знания языка помогает воплотить мечту в реальность.

Иногда в поисках хорошего заработка за границу едут неквалифицированные работники и студенты. В тех случаях, когда владение языком на низком уровне, ищущих вакансию устраивают на сезонные работы, где знание языка не требуется.

Тот, кто знает английский язык хорошо, без трудности может устроиться в сферу обслуживания с более высокой зарплатой. Достаточно популярна работа гидом за границей. Путешествие по странам,

знакомство с историческим и культурным наследием разных народов, для многих это является идеальной работой.

Также, есть много вакансий для тех, кто решил связать жизнь с туризмом. К ним относятся: туроператоры, промоутеры, гестрелейшн, аниматоры, администраторы. Работать в сфере туризма за границей, может тот, кто привык трудиться по нестабильному графику и постоянно общаться с людьми. В особенности это касается специалистов сферы продаж и услуг.

Главным требованием для ищущих работу за границей, является владение иностранным языком.

Некоторые ошибочно полагают, что работа в сфере услуг в стране, куда приезжают отдыхать большое количество русских туристов, освобождает от знания языка. Это полностью ошибочное мнение.

Знание языка – это необходимое требование для человека, который хочет уехать работать и жить за границу, либо трудиться в сфере обслуживания в своей стране.

Научный руководитель *Е. Н. Алимова*

Направление 03. Регулирование рынка труда как фактор повышения конкурентоспособности территорий

А. М. Архипова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Современное состояние рынка услуг общественного питания России

Аннотация. В данной статье рассмотрено современное состояние рынка услуг общественного питания в России. Проанализирован оборот рынка общественного питания, индекс физического объема, а также структура данного сегмента. Рассмотрены наиболее популярные типы и форматы заведений общепита. Отмечены основные тенденции на рынке общественного питания.

Ключевые слова: общественное питание; потребительские услуги; рынок; тренд.

На сегодняшний день индустрия общественного питания в России представлена огромным количеством предприятий с различным уровнем обслуживания, качеством продукции, разнообразием используемого оборудования. Общественное питание сейчас является одним из самых перспективных и быстроразвивающихся направлений пищевой отрасли, которая на примере своего развития демонстрирует уровень социально-экономического состояния страны. Сектор общественного питания удовлетворяет очень сложный комплекс потребностей – от простого утоления чувства голода и жажды до имиджевых и статусных притязаний. Поэтому характерной чертой нынешнего состояния рынка является его неоднородность и разносторонний охват практически всех целевых аудиторий потребителей: по уровню доходов, по возрасту, полу, по социальному статусу и интересам. Темпы роста и развитие рынка общественного питания отражает динамика его оборота.

Оборот с каждым годом возрастает – рынок общепита развивается достаточно динамично. Основными факторами роста являются увеличение материальных доходов горожан и как следствие увеличение покупательской способности; изменение культуры питания, стиля жизни; появление продуктовых инноваций – новые виды напитков, блюд, изменение биохимического состава продуктов; технологические и технические инновации – автоматизация производства, отдельных операций в технологическом процессе позволяет экономить на затратах на живой труд, ускорить производственный процесс; снижение неопределенно-

сти и риска в бизнесе – постоянная и неотложная потребность человека в питании, а также в общении, соответствии требованиям моды и общества снижает уровень риска неликвидности товара. Как и все рынки, рынок общественного питания чутко реагирует на влияние экономического кризиса. С конца 2008 г. темп роста оборота снижается, происходит замедление развития индустрии общепита. В последующие года стабилизация экономики способствует росту оборота рынка. Затем вновь ударивший по стране кризис в 2014–2015 гг. не мог не сказаться на общепите.

Россияне стали либо меньше посещать заведения общепита, либо отказываться от дорогих блюд. Отмечается также тенденция оттока посетителей из дорогих ресторанов в средний сегмент и в фастфуд. Немалое влияние на такую тенденцию оказало удорожание цен – повысился курс доллара и евро, следовательно, продукты закупаются по более высоким ценам, увеличилась также стоимость аренды, возросли коммунальные платежи, плата за меры по обеспечению безопасности. Таким образом, повысились издержки предприятий, и это все закладывается в цену. Что касается индекса физического объема общественного питания, то его динамика также характеризует изменение оборота общественного питания.

С 2014 г. индекс физического объема начинает снижаться (на 1,1% по отношению к предыдущему году), в следующем году снизился на 2,5%, наибольшее падение произошло в 2015 г. – индекс снизился на 24,9% по отношению к 2008 г. и составил 87,3%. Кризис в 2014–2015 гг. вновь приводит к падению индекса – начиная с 2013 г. наблюдается его снижение на 2,9%, в 2014 г. на 2,4%, в 2015 г. падение составило 7,6%. Тем не менее, эксперты считают рынок общепита в России одним из наименее пострадавших от кризиса.

Индексы физического объема оборота общественного питания в Российской Федерации на 2015–2017 г., в % к соответствующему периоду предыдущего года¹, На данный момент Российский рынок общественного питания условно можно разделить на три основных ниши, которые отличаются как по количеству участников, так и по объемам производства: организации быстрого питания, рестораны среднего ценового сегмента и высокая кухня². Структура рынка общественного питания в России в 2017 г., %³. В различных сегментах рынок обществен-

¹ Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения 23.02.2016).

² Скобкин С. С. Экономика гостиничного, ресторанного и туристического предприятия. М., 2009

³ Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения 23.02.2016).

ного питания ведет себя по-разному. Особенно быстрые темпы роста количества посетителей отмечают среди демократичных предприятий - заведений класса «casual», «фаст-фуд», пиццерий. Они пользуются популярностью более чем у половины населения за доступность и быстрое обслуживание. Сегмент фаст-фуда демонстрирует довольно высокую динамику развития, за последние годы количество заведений, работающих в рамках данного формата, увеличилось на 20%¹. Организации быстрого питания расширяют свою деятельность, охватывая сразу несколько направлений и форматов. Они открывают отдельные стационарные заведения, наращивают свое присутствие на фуд-кортах и в бизнес-центрах, размещают мобильные киоски питания на открытом воздухе. Также активизировался формат столовых. Все чаще рестораторы открывают небольшие заведения с линией раздачи и вполне прогнозируемым набором блюд. Продолжают открываться пивные рестораны и пабы, расположенные в спальных районах, что объясняется нежеланием аудитории добираться после посещения пивного заведения через весь город домой. Отмечается рост численности ресторанов национальной кухни, которые открывают возможность для посетителей приобщиться к ранее неизведанной культуре через ее кухню. На рынке общественного питания получили развитие и сегменты специализированных заведений. Особенно следует отметить кофейни, ставшие неотъемлемой частью жизни мегаполисов. Кофейни сегодня составляют солидную конкуренцию заведениям фаст-фуда и традиционным ресторанам. Кофейни активно открываются в новых торговых центрах, но находятся не на одной линии с многочисленными фаст-фудами, а несколько в стороне. Увеличивается количество заведений «free flow» («свободный поток»), который позволяет легко перемещаться в пространстве зоны обслуживания и получать нужный ему набор блюд за минимальное количество времени. Данный формат ориентирован на людей с различным уровнем достатка, ценящих свое время и комфорт. На рынке общепита наблюдается развитие тенденции к творческому подходу организации общественного питания, и она имеет нарастающий характер, возникают альтернативные формы общественного питания, которые бросают вызов существующему порядку вещей. Среди организаций общепита все чаще уделяется особое внимание атмосфере заведения, куда входят стилистика и манера обслуживания, одежда официантов и дизайн, аутентичность блюд. Рост интереса к качественной и вкусной пище способствует увеличению популярности заведений формата «open kitchen» – посетители хотят видеть, как и из чего для

¹ Недурьев Н. Е. Российский рынок общественного питания. URL: <http://marketing.rbc.ru/> (дата обращения 23.02.2016).

них готовят. Принцип меньше – лучше в последнее время встречается в организациях общественного питания – поесть просто и быстро. Это более короткое меню, уменьшенные порции, возможность варьировать их величину, изменять меню с учетом личных предпочтений, что позволяет сделать акцент на уникальность блюд. Таким образом, можно сделать вывод о том, что рынок общественного питания динамично развивается, влияние экономического кризиса сказывается на данной индустрии, но значительно слабее, чем в других отраслях. Специалисты считают, что потребность в точках общественного питания пока еще не удовлетворена. Несмотря на кажущееся изобилие говорить о насыщении рынка рано. Некоторые возможности рынка используются не в полную силу, поэтому совершенно точно можно утверждать о высокой активности роста отрасли в будущем¹. Процветание рынка потребительских услуг и рынка общественного питания можно однозначно отнести к социально значимым задачам, поскольку развитый сектор услуг констатирует развитость экономической системы в целом, ну, а в микромасштабе пища является основой жизни человека. От того, как человек питается, зависит его здоровье, настроение, трудоспособность. Следовательно, питание человека – это не только его личное, но и общественное дело. Развитие отрасли общественного питания является крайне важной областью общего социально-экономического развития региона и экономики страны в целом.

Научный руководитель *В. М. Гаянова*

Д. С. Буторин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Роль кадровой составляющей в стратегии компании на примере ОАО «ММК»

Аннотация. Рассматривается стратегия развития компании металлургической отрасли (на примере ОАО «ММК») в неблагоприятных экономических условиях. Выделяются ключевые факторы успеха, в том числе безопасность труда и эффективная кадровая политика.

Ключевые слова: металлургическая промышленность; стратегия компании; безопасность труда; повышение квалификации персонала.

Ситуация в металлургической отрасли характеризуется существенным превышением предложения металлопродукции над спросом на

¹ *Орешкин Е. А.* Обзор российского рынка общественного питания. URL: <http://www.marketcenter.ru> (дата обращения 23.02.2016).

ключевых рынках, избыточными мощностями и, соответственно, усилением конкуренции. Экономическая ситуация как в целом в мире, так и в России, геополитическая нестабильность оказывают существенное влияние на развитие металлургической промышленности.

Рассмотрим на примере ММК как можно добиваться успеха в кризисное время.

На фоне негативных внешних факторов Группа ОАО «ММК» успешно реализовала стратегию органического роста [5], направленную на постоянное повышение операционной эффективности, снижение затрат, уменьшение рисков и повышение устойчивости бизнеса.

На ближайшие десять лет приоритетами компании станут развитие работы с клиентами, повышение операционной и функциональной эффективности, инвестиционной привлекательности бизнеса.

Первоначальная задача это укрепления позиций на приоритетных рынках за счет декоммодитизации – переходу от поставок на рынок массовой продукции к выпуску металлопродукции с высокой добавленной стоимостью за счет коммерциализации современных прокатных мощностей, за счет повышения эффективности работы филиально-складской сети. Несмотря на сложную экономическую и политическую ситуацию, ослабление рубля и снижение спроса на внутреннем рынке, стратегически важным для ОАО «ММК» продолжает оставаться ориентация на внутреннего потребителя. По итогам работы в 2015 г. возросла степень удовлетворенности потребителей качеством поставляемой продукции и сервисом ($U = 0,904$ в 2015 г., $U = 0,874$ в 2014 г.). Вторым по важности является повышение операционной и функциональной эффективности. Сохранение и укрепление позиций низкозатратного производителя – одна из ключевых задач компании. Третье это повышение инвестиционной привлекательности [4]. Четвертое безопасное производство – важнейший приоритет компании. Особое внимание они уделяют совершенствованию системы управления промышленной безопасностью и охраной труда, формированию сознательного и нетерпимого отношения к нарушениям. Компания стремится занять лидирующую позицию среди российских компаний по основным показателям безопасности труда.

Ключевыми факторами успеха компании являются:

вовлеченность персонала [3];

личный пример и персональная ответственность руководителей [2];

PR и обучение работников, развитие компетенций [1];

нетерпимость к нарушениям техники безопасности на всех уровнях.

Повышение квалификации персонала является пятым критерием компании. Люди – это важнейший ресурс компании, основа долгосрочной конкурентоспособности. Реализация кадровой политики и систем-

ная работа с персоналом способствовала росту производительности труда и повышению профессионального уровня работников. По итогам 2015 г. производительность труда возросла на 1,6% по отношению к предыдущему году и составила 62,7 усл. т на человека. Компания ведет реализацию политики социальной ответственности. В 2015 г. «социальный пакет» на 1 работника составил 34 761 р.

На протяжении последних лет рынок металлопродукции активно развивается, и принятые государством меры по стабилизации политической и экономической ситуации страны привели к тому, что за последний год наблюдается увеличение темпов роста рынка металлопроката.

Подводя итог, можно сделать вывод, что ключевыми факторами успеха компании являются увеличение инвестиционной привлекательности, повышение квалификации персонал и укрепление позиции на рынке.

Библиографический список

1. *Коковихин А. Ю.* Механизмы и институты управления человеческими ресурсами в формировании инвестиционного климата на национальном и региональном уровнях // Известия Уральского государственного экономического университета. 2016. № 5(67).

2. *Коковихин А. Ю.* Управление компетенциями на региональном уровне // Новая индустриализация: мировое, национальное, региональное измерение: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 6 декабря 2016 г.): в 2 т. / отв. за вып. Е. Б. Дворядкина; отв. ред.: Д. М. Назаров, В. А. Лазарев. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. Т. 2.

3. *Коковихин А. Ю., Иваницкий В. П.* Социально-экономические механизмы в управлении компетенциями на региональном уровне // Сибирская финансовая школа. 2016. № 6 (119).

4. *Коковихин А. Ю., Огородникова Е. С., Уильямс Д., Плахин А. Е.* Факторы институциональной среды в оценке предпринимателем инвестиционного климата муниципального образования // Экономика региона. 2017. Т. 13, № 1.

5. *Огородникова Е. С.* Стратегический менеджмент: учеб. пособие. Екатеринбург, 2009.

Научный руководитель *Е. С. Огородникова*

Применение метода SWOT-анализа при формировании стратегии развития корпоративного спорта (на примере НП «УС „Атомстройкомплекс“»)

Аннотация. В статье представлены результаты исследования, включавшего применение метода SWOT-анализа при разработке стратегии развития корпоративного спорта (на примере НП «УС „Атомстройкомплекс“»), как направления социальной политики организации и фактора формирования HR-бренда.

Ключевые слова: социальная политика; SWOT-анализ; HR-бренд; корпоративный спорт.

НП «УС „Атомстройкомплекс“» рассматривает развитие кадрового потенциала как основное условие для выполнения поставленных стратегических задач. Интенсивный труд работников строительной сферы, массовое освоение новых горизонтов и технологий, расширение полномочий и ответственности специалистов и руководителей среднего звена требуют постановки новых целей и приоритетов системы управления персоналом [3]. Одной из главных задач кадровой политики НП «УС „Атомстройкомплекс“» на ближайшие годы – дальнейшее повышение квалификации персонала, создание коллективов профессионалов, способных обеспечить решение задач стратегического развития строительного сектора на самом высоком уровне. В качестве приоритетных направлений кадровой политики рассматривается повышение эффективности системы подбора, подготовки и расстановки кадров, совершенствование системы мотивации персонала, развитие корпоративной культуры и спорта [4].

На данный момент в России наблюдается снижение численности населения в трудоспособном возрасте (более чем на 10% в 2007–2020 гг.) и совокупное сокращение предложения на рынке труда (по некоторым расчетам, на 6,7% в год в 2011–2015 гг. и на 7,5% – в 2016–2020 гг.) [2] будут в целом нивелироваться ростом производительности труда, однако потребуют дополнительного внимания к сфере воспроизводства и удержания молодых специалистов, чему может в большей степени способствовать корпоративный спорт.

Так сложившаяся система отбора в НП «УС „Атомстройкомплекс“» наиболее перспективных выпускников ведущих высших и средних учебных заведений, предоставления им целевых мест в компании, сочетается с практикой привлечения наиболее подготовленных специали-

стов с опытом работы в других строительных компаниях. Стало правилом проведение открытых конкурсов на замещение вакантных руководящих должностей и отдельных категорий сотрудников. НП «УС „Атомстройкомплекс“» продолжает совершенствовать систему переподготовки и обучения кадров, включая дистанционное обучение, развивать практику стажировок за границей и специализированных учебных центрах строительной направленности в нашей стране.

Идет поиск оптимального сочетания материальных и нематериальных стимулов мотивации работников к повышению производительности и качества труда, развитию инициативы, поиску новых технологических решений. Получает развитие система ротации и перемещения по горизонтали управления наиболее квалифицированных специалистов. НП «УС „Атомстройкомплекс“» создает условия, позволяющие каждому сотруднику реализовать творческие способности, получить возможность повышения уровня профессиональных знаний, понимать систему оценки результатов его труда и перспективу должностного роста, в котором не последнюю роль играет корпоративный спорт и роль соискателя в нем.

Являясь лидером строительной отрасли в Уральском Федеральном округе НП «УС „Атомстройкомплекс“», показывает пример должного отношения к проблемам стратегического развития корпоративного спорта, как фактора управления персоналом. Руководство НП «УС „Атомстройкомплекс“» считает, что несет ответственность не только за финансовую составляющую, но и за физическое, социальное и моральное здоровье своих сотрудников.

Применение метода SWOT- анализа при разработке стратегии развития корпоративного спорта в НП «УС „Атомстройкомплекс“», позволяет выявить сильные стороны и слабые стороны, а также конкурентные преимущества [1].

Сильными сторонами использования корпоративного спорта в НП «УС „Атомстройкомплекс“» являются:

- 1) высокая лояльность персонала к работе в организации, посредством занятости в спортивных состязаниях;
- 2) значительные инвестиции в корпоративный спорт;
- 3) многолетние традиции спортивных, культурных и массовых мероприятий в организации;
- 4) последовательная реализация комплексной политики для привлечения молодых спортсменов к работе в компании;
- 5) вовлеченность более 55% сотрудников в спортивные мероприятия и соревнования.

Сравнение опыта НП «УС „Атомстройкомплекс“» в сфере использования корпоративного спорта, как инструмента управления персона-

лом, дает возможность считать, что слабых сторон, сдерживающих решение проблемы в компании, в результате последовательно осуществляемой и планируемой на среднесрочную перспективу деятельности, практически нет. К таким условным проблемным в НП «УС „Атомстройкомплекс“» зонам относятся:

1) невысокая информативность оценки влияния корпоративного спорта на деятельность организации;

2) недостаточное внедрение методик долгосрочного планирования и развития корпоративного спорта в организации;

3) ограниченный набор инструментов для стимулирования работников на участие в корпоративных соревнованиях, тимбилдингах, мероприятиях и т. д.;

4) малое количество возможностей для внутренних коммуникаций между всеми отделами и сотрудниками, позволяющие выносить предложения, формировать положительный опыт и выстраивать неформальные взаимосвязи;

5) основной орган занимающейся корпоративным спортом в компании это кадровая служба;

6) команда топ-менеджеров, входящих в директорат НП «УС „Атомстройкомплекс“», которые только делают вид, что преследуют некую коллективную стратегию, создавая видимость сплоченности и нацеленности на общее дело. На самом деле они отдают все время борьбе за престиж, стараясь избежать того, что способно испортить их деловую личную репутацию.

К угрозам использования корпоративного спорта в НП «УС „Атомстройкомплекс“» можно отнести следующие аспекты:

1) недостаточность человеческих ресурсов для внедрения стратегии использования корпоративного спорта;

2) большая занятость работников в производственном процессе;

3) возможное уменьшение финансирования корпоративного спорта;

4) понижение уровня вовлеченности сотрудников в корпоративные соревнования при переходе в другие структурные подразделения компании;

5) снижение качества организации и малое внедрение новых видов соревнований и мероприятий в годовой план-смету;

6) возможная «миграция» трудовых ресурсов внутри компании, конкуренция между организациями НП «УС „Атомстройкомплекс“» за сотрудников спортсменов.

Исходя из обозначенных сильных сторон, условно проблемных зон и с учетом имеющихся рисков наибольшие возможности предоставляют:

1) совершенствование системы отбора и подготовки кадрового резерва, с учетом спортивных званий и регалий;

2) внедрение современных систем оценки деятельности персонала, в том числе для определения потенциала развития работника, разработки эффективных систем премирования и стимулирования, посредством использования корпоративного спорта, как инструмента кадровой политики;

3) использования современных технологий и инструментов управления персоналом в корпоративном спорте;

4) стимулирование работников к занятию физической активностью и спортом;

5) культивирование и охват большего количества сотрудников для занятий физической активностью и спортом;

6.) совершенствование системы управления корпоративным спортом в НП «УС „Атомстройкомплекс“»;

7) развитие комплексной молодежной политики для привлечения молодых спортсменов к работе в компании и воспитание лидеров-управленцев.

Таким образом, можно выделить следующие функциональные задачи:

1) снижение количества больничных у сотрудников участвующих в корпоративной спартакиаде и спортивных мероприятиях;

2) повышение производительности труда, посредством корпоративного спорта;

3) формирование привлекательности бренда НП «УС „Атомстройкомплекс“» для молодых специалистов и профессиональных соискателей;

4) высокая лояльность работников НП «УС „Атомстройкомплекс“», подтвержденная результатами социологических опросов, благодаря использованию корпоративного спорта;

5) создание развитой инфраструктуры корпоративных коммуникаций (средства массовой информации, корпоративный сайт, «Горячая линия» для работников);

6) приобщение к корпоративному спорту большее количество рабочих на заводах, а не только менеджеров среднего и высшего звена.

Библиографический список

1. *Коковихин А. Ю.* Кадровая политика и кадровое планирование: учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016.

2. *Коковихин А. Ю.* Механизмы и институты управления человеческими ресурсами в формировании инвестиционного климата на национальном и реги-

ональном уровне // Известия Уральского государственного экономического университета. 2016. № 6(68).

3. *Минчингтон Б.* HR-бренд. Как стать лидером. Строим компанию мечты: учеб. пособие. М.: Юнайтед Пресс, 2011.

4. *Нижегородцев Р. М.* Качество управленческих решений: институциональные барьеры и фильтры // Управленец. 2013. № 4.

Научный руководитель *А. Ю. Коковихин*

В. Е. Десяткин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Место HR-брендинга в стратегии развития бизнеса

Аннотация. Рассматриваются концепции стратегии управления персоналом. Анализируется место HR-брендинга в стратегии развития организации.

Ключевые слова: HR-брендинг; стратегия; работник; ресурсы маркетинг персонала; кадровая политики.

Современные отечественные социально-экономические реалии позволяют утверждать, что дефицит квалифицированных кадров уверенно держится на рынке труда. В связи с этим актуализируется борьба работодателей за профессиональных специалистов, победу в которой одерживают компании, имеющие хорошо проработанную и эффективную систему HR-брендинга. В настоящем исследовании рассматривается вопрос о месте HR-брендинга в стратегии развития бизнеса.

Безусловно, HR-брендинг – не обособленный процесс, а элемент, четко и органично встроенный в стратегию развития персонала, и в стратегию развития бизнеса в целом. Прежде всего, необходимо рассмотреть, какая связь существует между стратегией развития компании и стратегией развития персонала.

Стратегия развития бизнеса – «это генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей»¹, а стратегия управления персоналом, в свою очередь, это «планы, направления действий, последовательность принимаемых решений и методы, позволяющие дать оценку, провести анализ и разработать эффективную систему воздействия на персонал для реализации стратегии развития организации» [2, с. 119]. Таким образом, прослеживается четкая взаимосвязь между этими двумя феноменами, однако вопрос зависимости

¹ *Понятие стратегии. Классификация стратегий.* URL: <http://www.ereport.ru/articles/strplan/strategy.htm>.

стратегии управления персоналом от общей стратегии развития организации является неоднозначным.

Согласно подходу А. Ю. Коковихина, на сегодня существует три концепции стратегии кадровой политики [1, с. 17]. Первая концепция предполагает, что стратегия управления персоналом определяется стратегией организации. Управление персоналом выполняет обслуживающую функцию, которая заключается в предоставлении и поддержании работоспособности необходимого для организации персонала.

Вторая концепция основывается на том, что стратегия управления персоналом является центральной, самостоятельной и не зависит от стратегии организации. Занятые в организации работники рассматриваются как самостоятельные ресурсы, при помощи которых в зависимости от их качества и способностей, можно решать различные задачи, возникающие в условиях рыночной экономики. В данном случае стратегии кадровой политики зависят от имеющихся или потенциальных кадровых ресурсов.

Третья концепция является синтезом двух предыдущих. Стратегия организации сопоставляется с имеющимися и потенциальными кадровыми ресурсами; определяется соответствие направлениям стратегии кадровой политики. В результате такого сопоставления может быть изменена стратегия деятельности всей организации и ее кадровой политики. На наш взгляд, третья концепция является наиболее эффективной в условиях существующих социально-экономической реалий и позволяет максимально гибко реагировать на изменения, происходящие как на экономическом, так и на рынке труда.

Очевидно, что успешная реализация кадровой стратегии как элемента стратегии развития бизнеса, в целом, невозможна без наличия определенного инструментария. В этой связи одним из основных инструментов является маркетинг персонала. Маркетинг персонала определяется, как «вид управленческой деятельности, направленной на определение и покрытие потребности в персонале и относится к тактическому уровню управления человеческими ресурсами» [1, с. 73]. Важно отметить, что определение маркетинга персонала имеет как широкий, так и узкий смысл: «Широкое толкование маркетинга персонала определяет технологию кадровой политики организации (разработку системы управления кадровой работой, планирование потребности, кадровый аудит, мотивацию и т. п.). В узком смысле под маркетингом персонала понимают специфическую, обособленную деятельность службы управления персоналом» [1, с. 74]. Следовательно, в контексте вопросов, рассматриваемых в настоящем исследовании, наиболее целесообразно придерживаться широкого толкования термина «маркетинг персонала».

В свою очередь, будучи инструментом стратегии управления персоналом в системе развития организации, маркетинг персонала имеет собственный набор методов, направленных на покрытие в организации потребности в персонале. И если, организация заинтересована не только в формальном удовлетворении потребности в персонале, закрытии «горящих» вакансий и т. д., а в привлечении высококвалифицированных специалистов, «лучших и лучших», тогда речь идет о формировании привлекательного бренда работодателя и выстраивании эффективной системы HR-брендинга. Универсальным можно считать определение, аккумулирующее теоретические и прикладные положения трудов различных исследователей в области управления брендом работодателя: «HR-брендинг – совокупность усилий компании по взаимодействию с существующими и потенциальными сотрудниками, которое делает ее привлекательным местом работы [4, р. 64–66], а также активное управление имиджем компании в глазах партнеров, потенциальных сотрудников [5, р. 38] и других ключевых стейкхолдеров [3, с. 124]».

Более того, процесс управления брендом работодателя включает в себя взаимодействие как с уже существующими, так и с потенциальными сотрудниками, что определено подразумевает использование различных инструментов и каналов коммуникаций. Следовательно, можно сделать вывод о том, что сегодня существуют два направления HR-брендинга: внешнее (направленное на привлечение новых/потенциальных сотрудников) и внутреннее (направленное на формирование высокого уровня лояльности уже нанятых сотрудников).

Следовательно, на основании проведенного выше анализа можно составить схему, отражающую место HR-брендинга в системе развития бизнеса (см. рисунок).



Место HR-брендинга в стратегии развития бизнеса

Таким образом, можно резюмировать, что управление брендом работодателя позволяет компании получить набор уникальных характеристик и свойств, обеспечивающих конкурентное преимущество на рынке труда. HR-брендинг включает набор уникальных характеристик и свойств, которые обеспечивают предприятию конкурентные преимущества на рынке труда. Сильный HR-бренд базируется не только на ценностях компании, но и на методах управления персоналом.

На наш взгляд, HR-брендинг – элемент не первостепенный, но немаловажный в вопросах определения стратегии развития бизнеса, поэтому сегодня организациям крайне важно уделять внимание его качественному и эффективному развитию. В зависимости от того, какой концепции стратегии управления персоналом и какого принципа определения маркетинга персонала в системе стратегии кадровой политики придерживается организация, можно определить, могут ли влиять основные векторы развития HR-брендинга на стратегию развития бизнеса в целом, или же HR-брендинг является полностью зависимым элементом системы.

Библиографический список

1. *Коковихин А. Ю.* Кадровая политика и кадровое планирование: учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016
2. *Коковихин А. Ю.* Механизмы и институты управления человеческими ресурсами в формировании инвестиционного климата на национальном и региональном уровне // Известия Уральского государственного экономического университета. 2016. № 6(68)
3. *Минчингтон Б.* HR-бренд. Как стать лидером. Строим компанию мечты: учеб. пособие. М.: Юнайтед Пресс, 2011.
4. *Lloyd S.* Branding from the inside out [Text] / S. Lloyd // Business Review Weekly : journal. – 2002. – Vol. 24, no. 10. – P. 64–66.
5. *Martin G. Beaumont P.* Branding and People Management: what's in a name? L.: Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD), 2003.

Научный руководитель *А. Ю. Коковихин*

Сущность профессионального стандарта, подходы к определению

Аннотация. Статья посвящена проблеме необходимости внедрения профессиональных стандартов в организациях. Рассмотрены определения профессионального стандарта, функции, позитивные и негативные стороны от внедрения профессиональных стандартов и предложена типовая схема внедрения.

Ключевые слова: профессиональный стандарт; вид деятельности; трудовые функции; внедрение; оплата труда.

В сложившейся экономической ситуации в стране, каждой организации необходимо оставаться конкурентоспособной, в первую очередь рентабельность предприятия зависит от кадрового потенциала. Правильно подобранные работники обеспечивают эффективность работы предприятия. В этом работодателю могут помочь внедрение профессиональных стандартов.

Наличие профессионального стандарта дает возможность предъявить согласованные требования к качеству труда. Система профессиональных стандартов является основой для разработки образовательных стандартов, обеспечивающих сопряжение требований рынка труда и сферы образования. Квалификационные характеристики, содержащиеся в профессиональных стандартах, используются при разработке программ модульного обучения, при отборе и аттестации персонала, процедурах сертификации персонала. В настоящее время профессиональные стандарты закреплены в трудовом кодексе РФ ст. 195.1, т. е. законодательно утверждено обязательное применение в организациях.

Актуальность внедрения профессиональных стандартов также подтверждают профессиональные сообщества, которые выделяют одним из ключевых направлений своей деятельности – разработку профстандартов, их обсуждение и актуализацию¹.

Существуют разные подходы к определению профессионального стандарта, например:

1) профессиональный стандарт определяется как «многофункциональный нормативный документ, определяющий в области конкретного вида экономической деятельности (области профессиональной деятельности) требования к выполнению работниками трудовых функций и необходимым для этого компетенциям»;

¹ Гиниева С. Б., Долженко Р. А. HR-сообщество как инструмент решения задач в области управления персоналом в России и регионах: задача качественной и количественной оценки // Кадровик. 2017. № 1.

2) «профессиональный стандарт – нормативный документ, предназначенный для определения должностных обязанностей работников, планирования их профессионального роста, организации профессиональной подготовки и повышения квалификации соответственно развитию требований к качеству и продуктивности услуг, подбору, расстановке и использованию кадров, а также обоснованию принимаемых решений при проведении аттестации руководителей и специалистов»¹;

3) «профессиональные стандарты – документы, устанавливающие требования к знаниям, умениям, компетенциям, опыту, системе ценностей и личным качествам, необходимым для выполнения определенной работы или профессиональных обязанностей. Рассматриваются в настоящее время зарубежными и российскими экспертами как один из инструментов, позволяющих создать устойчивое и эффективное взаимодействие сферы труда и сферы образования, обеспечить рациональное использование людских ресурсов и, в конечном счете, содействовать устойчивому развитию общества»²;

4) профессиональный стандарт - характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности, в том числе выполнения определенной трудовой функции³.

Все определения ведут к тому, что профессиональный стандарт необходим к внедрению в организациях, для успешной и эффективной работы на предприятии.

Профессиональный стандарт описывает вид профессиональной деятельности – некие границы профессии, определенные «Основной целью вида профессиональной деятельности» и функциональной картой деятельности – описанием обобщенных трудовых функций и трудовых функций; определяет, какие действия входят в функции, которые выполняют работники, а также – какие знания и умения необходимо иметь работнику, чтобы успешно с этой функцией справиться; возможное наименование должности, профессии, указываемое при выполнении конкретной трудовой функции; требования к образованию, обучению и опыту практической работы, предъявляемые при работе по данной трудовой функции. При наличии определенных ограничений к допуску к работе, указываются условия такого допуска; квалификационный уровень, установленный по определенным трудовым функци-

¹ Прянишникова О. Д., Лейбович А. Н. Профессиональные стандарты: краткий обзор зарубежного опыта. URL: <http://www.nark-rspp.ru>.

² Горшкова О. В., Фалько Л. Ю. Профессиональные стандарты: практика разработки и внедрения в России. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/professionalnye-standarty-praktika-razrabotki-i-vnedreniya-v-rossii>.

³ Трудовой кодекс РФ.

ям; другие дополнительные сведения, необходимые для систематизации, учета и применения стандартов в системе образования и работодателями.

Но для того чтобы работник соответствовал профессиональному стандарту необходимо его обучить согласно критериям стандарта. Для этого необходимо привести в соответствие образовательные программы в высших учебных заведениях и заведениях среднего специального образования. А тем работникам, которые уже трудоустроены, проходить курсы переподготовки или повышения квалификации.

Профессиональный стандарт сможет помочь в формировании систем оплаты труда для стимулирования работников. Такой вывод можно сделать из структуры построения профессионального стандарта, так, например, трудовые функции, которые работник выполняет на каждом уровне, соответствуют определенному уровню квалификации работника и опыту работы. Следовательно, для каждого уровня возможно сформировать «шаг» для построения системы оплаты труда.

Основной проблемой в современных условиях становится внедрение профессиональных стандартов, классическая схема внедрения приведена ниже:

- 1) планирование мероприятий и издание приказа о мероприятиях по внедрению профессиональных стандартов;
- 2) аудит персонала, сбор информации о стаже и образовании работников;
- 3) анализ соответствия текущего уровня персонала с требованиями ПС, внесение изменений в штатное расписание;
- 4) аттестация работников;
- 5) реализация кадровых решений;
- 6) реализация обучения.

Можно сделать вывод, что при внедрении профессиональных стандартов организации смогут развивать свою деятельность более эффективно, а образовательные организации готовить специалистов, которые будут соответствовать нормам стандартов. Также стандарты помогут в активно развивающейся антикоррупционной политике государства.

Научный руководитель *С. Б. Гиниева*

Возможности работы иностранных студентов в Германии

Аннотация. В статье рассматриваются возможности устройства иностранных студентов на работу во время учебы в Германии, а также правила и предписания для получения работы. Рассматривается дифференциальный подход к возможностям получения работы студентами из стран ЕС, Германии и иных регионов. Даются критерии заработка иностранных студентов, рассматриваются налоговые и социальные отчисления с заработка. Предлагаются источники для поиска работы.

Ключевые слова: иностранные студенты; устройство на работу; поиск работы; критерии отбора; правила и предписания; почасовая оплата; рабочие дни.

Многие иностранные студенты должны работать, чтобы финансировать свою учебу либо официантом в кафе, либо вспомогательным персоналом в научном учреждении или помощником в сфере производства или промышленности, т. е. в различных областях деятельности. При устройстве на работу в обязательном порядке следует соблюдать правовые трудовые предписания. Не выполняющие эти требования могут быть выдворены из Германии. Поэтому заранее необходимо получить информацию о возможностях и правилах получения работы и правилах трудоустройства в Немецкой Академическом ведомстве по работе с иностранцами. Студенты из Европейского Союза и Европейского экономического пространства имеют свободный доступ к немецкому рынку рабочей силы и практически приравнены в правах и возможностях к немецким студентам. Иностранные студенты из других стран могут работать по 120 полным рабочим дням или по половине рабочего дня 240 дней в году. Тому, кто хочет работать больше, нужно получить согласие агентства по труду и занятости и разрешение соответствующего органа власти своей страны. Но есть ли возможность заполучить вакантное место, зависит от положения на рынке труда в данном населенном пункте. В регионах с высоким уровнем безработицы шансы иностранных студентов получить возможность трудиться более 120 дней невелики.

Из этого исключена работа в качестве помощника научных руководителей. Она может исполняться неограниченно по времени. Однако все же нужно информировать орган власти по работе с иностранцами. Кроме того иностранные студенты, прибывшие в Германию не из стран ЕС и Европейского экономического пространства, не имеют права устраиваться на работу самостоятельно или работать в «свобод-

ной» профессии. Тот, кто не уверен и не знает точно, о каких видах работ может идти речь, должен обязательно проконсультироваться в соответствующей инстанции. Для тех же иностранцев, которые учатся на языковых курсах или посещают языковой колледж, действуют еще более строгие предписания и требования. Работу они могут получить лишь с разрешения агентства по труду и органа власти по работе с иностранцами и только в свободное от лекций время.

Какие же имеются возможности по поиску работы? На веб-сайтах многих высших учебных заведений и студенческих профкомов существуют биржи труда. Также и агентство по труду и занятости предоставляет информацию для студентов, зачастую оно имеет свое представительство в вузах и у него есть собственные посредники в среде студентов. Можно также заниматься поиском работы на бирже труда через интернет или рынки объявлений в местных и региональных газетах. Иногда достаточно просто взглянуть на «черную» доску объявлений в вузе. Некоторые студенты работают в качестве вспомогательного персонала при научных руководителях в самом вузе, это так называемые «Hiwi». Они работают, например, наблюдателями в библиотеке, подбирают учебные пособия или научную литературу для профессора. Студенты, интересующиеся такими видами работ, должны обращаться на предмет вакансий в секретариат института и читать объявления в известных местах для объявлений на территории вуза.

Сколько же могут заработать иностранные студенты? Размер заработка сильно зависит от знаний, отрасли и регионального рынка рабочей силы. В таких крупных городах как Мюнхен или Гамбург оплата часа зачастую выше, но и прожиточный минимум тоже выше. В среднем же час стоит от 5 до 10 евро. Для работающих в вузе студентов «Hiwis» почасовая оплата колеблется от 5 до 15 евро, хотя более 90% «Hiwis» получают от 7 до 10 евро. Однако, работая, например, в качестве помощника на производстве или обслуживающим персоналом на ярмарках, можно заработать и более 10 евро. Также работы в гастрономии могут быть доходны, так как к зарплате добавляются еще чаевые.

А как обстоят дела с налогами и социальными отчислениями работающих студентов? Студенты имеют право зарабатывать в год без налоговых отчислений 8 354 евро, т. е. они могут исполнять мини-работу и зарабатывать 450 евро в месяц без уплаты налогов. Иногда работодатель удерживает налог несмотря на низкий доход, но работник, как правило, получает налоговые вычеты, представив декларацию о доходах. Работающий не более двух месяцев или 50 дней в перерасчете на год не обязан осуществлять социальные отчисления. Тот, кто работает более длительное время или исполняющий мини-работы обязан осуществлять отчисления в пенсионный фонд. Тот, кто работает более 20

часов в неделю, рискует не только ухудшением производительности труда, но, как правило, обязан нести отчисления в медицинское страхование, страхование по безработице и по уходу.

Научный руководитель *Г. Н. Монахова*

В. В. Кащеева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Современные проблемы подбора персонала

Аннотация. В данной статье рассматривается ряд основных проблем подбора персонала, с которыми сталкиваются при трудоустройстве соискатели. Данная тематика является, безусловно, актуальной, так как от грамотного подбора персонала зависит обеспечение конкурентоспособности предприятия на рынке, рост объемов производства товар и услуг. В статье проанализированы пути решения проблем, даются рекомендации для успешного заполнения штата сотрудников организации.

Ключевые слова: подбор персонала; проблемы; работодатель; соискатель; сотрудник; трудоустройство; управление персоналом.

Эффективна работа любой организации, прежде всего, определяется уровнем развития его персонала. В условиях современной экономической ситуации способность организации в настоящее время осуществлять развитие своих работников является одним из важнейших факторов обеспечения конкурентоспособности предприятия на рынке, увеличения роста объемов производства товаров и услуг [2].

Различные изменения, которые происходят в нашем обществе, приводят к всеобщему обострению такого вопроса, как подбор персонала. Расширение производства, конкурентная борьба, нестабильная экономическая среда, изменение экономической модели и т. д. – все это побуждает руководителей организаций ставить жесткие требования к работникам.

Образование, профессионализм, опыт работы, личностные качества, коммуникативность и другое уже не являются стандартными признаками при приеме на работу. Рост веса человеческого фактора привел к возникновению потребности в разносторонних количественных и качественных оценках претендента. Поэтому классический подбор персонала отходит на второй план, а новейшие технологии вытесняют предыдущие.

На сегодняшний день на рынке труда в значительной степени копируются экономические механизмы западных стран. Соответственно расширяется разновидность и количество инструментов в области набора кадров.

Подбор и развитие персонала является, прежде всего, совокупностью организационно-экономических, педагогических и социальных методов, что выводит в свою очередь на уровень профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников для подготовки их к выполнению новых функций [1].

Развитие любого персонала включает также мероприятия по производственной адаптации персонала, оценки кадров с целью осуществления аттестации персонала, планирования профессиональной карьеры специалистов и рабочих, социального развития персонала.

Одним из результатов развития персонала является рационализаторская работа специалистов. В то же время его осуществления предусматривают наличие на предприятии соответствующей системы морального и материального стимулирования.

Управление развитием персонала способствует эффективному использованию трудового потенциала личности, повышению ее профессиональной и социальной мобильности, играет значительную роль в подготовке работников для осуществления технологической и структурной перестройки отраслей экономики.

Это положительно влияет на то, чтобы увеличить объем и выпуск продукции, обеспечивает улучшение результатов финансовой деятельности предприятия. В таких условиях развитие персонала является одним из важнейших направлений рационального функционирования любой организации, ее конкурентоспособности на рынке [1].

Глобализация и становления рыночной экономики страны побуждают предприятия к повышению эффективности деятельности для поддержки конкурентоспособности. Эффективность любой организации зависит от многих факторов, особое место среди которых занимает проблема рационального подбор персонала. В то же время управление персоналом начинается с привлечения на предприятие необходимого количества работников, являющихся движущей силой предприятия при решении проблем, связанных с конкурентоспособностью, экономическим ростом и эффективностью труда.

Удачный подбор персонала для решения задач, которые ставит перед собой организация, обеспечивает высокую вероятность успеха деятельности предприятия. Совокупность мероприятий, методов и технологий помощью которых происходит привлечение лучших работников, которые отвечают требованиям предприятия и обладают таким набором качеств, который необходим для достижения целей, является подбор персонала.

Серьезной проблемой, на отечественных предприятиях является использование устаревших методов подбора персонала, потерявших свою эффективность. На данном этапе развития экономики актуальным

является вопрос привлечения и отбора наиболее ценных сотрудников, используя для этого нетрадиционные методы. Эффективность набора работников в первую очередь зависит от владения современными методиками, поэтому за их развитием целесообразно следить. Применение новейших форм подбора работников становится ключевым фактором успеха развития организации.

Для полноценного комплектования персонала компании необходимо учитывать все возможные особенности источников, средств и методов поиска работников, сопоставлять такую информацию с потребностями, материальным положением, особенностями производства и труда предприятия для принятия взвешенных решений об использовании комплекса средств, которые позволили бы как можно быстрее и качественнее найти и привлечь к работе необходимых специалистов [3].

Именно поэтому важным является рассмотрение методов подбора персонала в зависимости от основных характеристик предприятий.

Необходимо учитывать основные современные методы поиска персонала, анализировать существенные преимущества и недостатки каждого из указанных методов, а также указанные особенности применения и варианты сочетания источников поиска персонала, что может быть использовано предприятиями при разработке комплексной системы подбора специалистов.

Среди всех видов ресурсов предприятий ученые и специалисты-практики чаще всего выделяют трудовой ресурс как самый ценный, не менее значимый и весомый. Именно поэтому система управления персоналом играет одну из важнейших ролей в менеджменте ведущих компаний.

На предприятиях всех форм собственности и видов деятельности одним из важнейших аспектов управления персоналом является привлечение необходимого количества персонала, обладающего нужными именно для этого предприятия профессиональными и личностными качествами. Часто, руководителей в первую очередь волнуют проблемы связанные с персоналом. Эти проблемы, во все времена, занимали важное место среди затруднений, которые случались у руководителей. Поэтому, внесем в нее конкретику, чтобы руководитель, чувствовал меньше тревоги по этому поводу.

В последнее время работодатели все чаще с целью поиска персонала обращаются в рекрутинговые агентства. Квалифицированный рекрутер – прекрасный специалист и психолог. Он всегда сможет подобрать на свободную вакансию наиболее подходящего кандидата. Подбор и расстановка персонала подразумевает соблюдение определенных для данных условий пропорций по специальности, возрасту, полу, социальной активности. В инструкциях по расстановке кадров должны

быть зафиксированы, в том числе и социально-психологические аспекты совместимости сотрудников.

Основной задачей подбора и расстановки персонала является решение проблемы оптимального размещения персонала в зависимости от выполняемой работы. При решении этой миссии необходимо, во-первых, учитывать профпригодность работника к выполнению определенных видов работ, а для установления пригодности необходимо, с одной стороны, сформулировать требования, предъявляемые к конкретной работе, а с другой – принять во внимание личностные качества работников.

Следует заметить, что для полноценного комплектования персонала компании необходимо учитывать все возможные особенности источников, методов и средств поиска работников, сопоставлять такую информацию с ресурсами производства и труда предприятия, что позволит принимать взвешенные решения об использовании комплекса средств, которые могут позволить как можно быстрее и качественнее найти и привлечь к работе необходимых специалистов.

Несмотря на все те существующие проблемы, с которыми сталкиваются соискатели, стоит отметить, что наблюдаются сдвиги в данном вопросе. Руководители имеют возможность заимствовать опыт западных стран. Соответственно расширяется количество и разновидность инструментов в области набора кадров. Рассматриваемая тема требует дальнейшего глубокого изучения, разработки новых технологий, инструментов для ее более эффективного осуществления, оценки и подробного анализа не только внутри данной проблемы, но и в других различных отраслях знаний.

Библиографический список

1. Булатова Е. К. Никифорова А.П. Дстойный труд – безопасный труд // Дстойный труд – основа стабильного общества [Текст]: сб. ст. VII Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 2–3 ноября 2015 г.) / [отв. за вып. А. С. Мельникова]. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015.
2. Булатова Е.К. Case-study как интерактивный метод в обучении студентов при изучении дисциплины «управление персоналом» // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 7-2.
3. Махина Е. Р., Денутатова Л. Н. Исследование сущностных характеристик управленческого анализа // Экономика и предпринимательство. 2015. № 7(60).

Научный руководитель *Е. К. Булатова*

Влияние лидерства на внедрение инноваций в организации

Аннотация. В работе представлено исследование, касающееся влияние лидерства на внедрение в организации инноваций. Вначале автором была сущность лидерства как способности влиять на других в направлении достижения определенной цели. Далее автором были рассмотрены отличия формального руководства от лидерства, которые зачастую ошибочно отождествляют друг с другом. Затем в работе было дано определение понятию «инновация» и описана его значимость для современных организаций в условиях рыночной экономики. В последствии, автором были рассмотрены такие проблемы внедрения инноваций в организацию, как отсутствие готовности самого руководства к изменениям, а также недостаточный уровень мотивации персонала для принятия изменений. Решением данных проблем автор назвал наличие у руководителей сочетания формальной власти и личностных качеств, необходимых для донесения важности внедрения инноваций до сотрудников предприятия.

Ключевые слова: лидерство; менеджмент; инновации; руководство; последователи; конкурентоспособность.

Лидерство – основная тема бизнес-литературы последних лет. Возросшие темпы изменений в бизнесе, а также меняющаяся социальная и политическая ситуация предопределили необходимость в руководителях-лидерах. Тема лидерства привлекает и ученых, и менеджеров. Вопросы лидерства вызывали интерес людей с древних времен. Однако целенаправленное и широкое изучение лидерства началось только со времен Ф. Тейлора. Были проведены многочисленные исследования. Тем не менее, все еще не существует полного согласия по поводу того, что такое лидерство и как оно должно изучаться [1].

Проблемы лидерства сегодня актуальны, поскольку они являются ключевыми для достижения организационной эффективности. С одной стороны, лидерство рассматривается как наличие определенного набора качеств, приписываемых тем, кто успешно оказывает влияние, или воздействует на других. Человек, формально играющий роль лидера, может обладать, а может и не обладать лидерскими навыками и способностью руководить. Лидерство имеет прямое отношение к личным умениям, способностям и влиянию. Часто лидерство может принадлежать человеку, не являющемуся формальным лидером. Ведение – это результат сочетания соответствующей роли и способности к лидерству, то есть умения каким-то образом влиять на других людей [2].

В самом широком смысле лидерство можно определить, как способность влиять на других в направлении достижения определенной

цели. Таким образом, лидер ведет сотрудника или группу сотрудников к определенной цели. В деловой сфере и в организациях лидерство часто противопоставляется менеджменту. Менеджмент обычно определяют, как «умение выполнить задачу посредством других людей». Лидерство же определяют, как «умение сделать так, чтобы другие люди захотели выполнить задачу». Таким образом, лидерство тесно связано с созданием мотивации и влиянием на других людей.

Основой лидерства является специфический тип отношений управления - «лидер - последователи». Ранняя стадия лидерских отношений управления характеризуется тем, что кто-то один занимает в сообществе центральную позицию, а все остальные располагаются как бы на периферии. Управление осуществляется через централизованную власть, которая преобладает над всем сообществом.

В современных условиях эффективное лидерство – это не железная или твердая рука, а высокая чувствительность к потребностям последователей, которая проявляется в развитии работников, во включении их в групповую работу, в оказании им помощи в достижении личных целей. Власть и влияние являются главными в работе лидера. Право на власть приобретает лидером в ходе его карьеры и исходит из его позиции в организации.

Различие между лидером и менеджером проводится по многим позициям.

Лидер воодушевляет людей и вселяет энтузиазм в работников, передавая им свое видение будущего и помогая им адаптироваться к новому, пройти этап изменений. Лидеры сами устанавливают свои цели и используют их для изменения отношения людей к себе. Лидеры добиваются эффективности путем разработки видения будущего и путей его достижения, не вникая при этом в оперативные детали и рутину.

Одной из основных особенностей рыночной экономики является наличие конкуренции среди производителей какой-либо продукции или оказания услуг. В век бурного развития высоких технологий необходимым условием конкурентоспособности организации, по мнению автора, является внедрение инноваций. Инновацией в широком смысле называют внедренное новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком. Инновации ассоциируются с переменами, на которые затрачиваются большие объемы ресурсов и времени, необходимых для выполнения краткосрочных показателей. Поэтому внедрение инноваций зависит от умения руководителей оказать влияние на сотрудников, выступая для них примером. Тормозом же внедрения инноваций может быть, во-первых, расхождение между словом и делом: на словах руководство активно выступает за инновации, а на практике – не оказывает никакой

поддержки. А во-вторых, неспособность руководства демонстрировать поведение, стимулирующее инновации, из-за неготовности принять новые идеи, идти на риск, страха совершить ошибку.

Американскими исследователями Дж. Баршем, Дж. Дэвидсоном, М. Капоцци, работающими в рамках международной консалтинговой компании McKinsey & Company, были предложены три основных принципа управления инновациями¹:

1) инновации должны стать частью процесса стратегического планирования. В этом случае упрощается процесс их мониторинга, что является ключевым элементом стратегии, ориентированной на рост;

2) менеджеры должны создавать условия для появления и развития инновационных сетей.

3) менеджеры должны стимулировать инновации, учиться на ошибках, поощрять культуру инноваций, основанную на доверии сотрудников, позволять им озвучивать свои идеи, и совместно искать пути решения поставленных задач.

Данные принципы актуальны и для современной России. Руководитель должен стратегически мыслить и осознавать всю значимость внедрения инноваций в производственный процесс организации. Постоянное техническое и технологическое развитие предприятия делает его более конкурентоспособным, и следовательно, более эффективным с позиции получения прибыли.

Однако, для того, чтобы изменения прошли успешно, руководителю организации будет недостаточно влияния, предоставленного ему ввиду занимаемого формального положения на иерархической лестнице. Быть менеджером еще не означает автоматически считаться лидером в организации, так как лидерству в значительной мере свойственна неформальная основа. Процесс влияния через способности и умения или другие ресурсы, необходимые людям, получил название неформального лидерства². Неформальный характер лидерской позиции в большой степени использованием личностной основы власти и источников, ее питающих. Идеальным для лидерства считается использование эффективного сочетания обеих основ власти. Формальный руководитель, обладающий лидерскими качествами, способен в полной мере контролировать своих подчиненных, а также мотивировать их к саморазвитию, тем самым повышая их конкурентоспособность на рынке

¹ Барш Дж., Дэвидсон Дж., Капоцци М. Лидерство и инновации. URL: <http://www.mckinsey.com> (дата обращения 01.02.2017 г.)

² *Современные проблемы теории и практики управления персоналом.* URL: http://www.0ck.ru/menedzhment_i_trudovye_otnosheniya/sovremennye_problemy_teorii_i_praktiki.html.

труда. Лидерство как специфический тип отношений управления основывается больше на процессе социального воздействия, а точнее взаимодействия в организации. Этот процесс является гораздо более сложным, требующим высокого уровня взаимозависимости его участников. В отличие от собственно управления лидерство предполагает наличие в организации последователей, а не подчиненных [3]. Превращая персонал в своих последователей ввиду своих личностных и профессиональных качеств, руководитель-лидер способствует повышению заинтересованности персонала в выполнении своих обязанностей, а также принятию изменений в производственном процессе. Осознав значимость этих изменений, сотрудники организации не только перестанут препятствовать их внедрению, но и будут иметь мотивацию на предложение своих идей. Этот фактор послужит основой для процесса постоянного развития организации, которое неизбежно повысит производительность труда и качество выпускаемой продукции или предоставляемых услуг. В таких условиях предприятие будет оставаться конкурентоспособным, и приносить стабильно растущую прибыль его владельцам, и соответственно, его сотрудникам.

Библиографический список

1. *Беляцкий Н. П., Велеско С. Е., Ройш П.* Управление персоналом: учеб. пособие. 2010.
2. *Зайнагутдинова А. Н., Галеева З. Ф., Егоров В. А.* Проблематика управления персоналом организации в России // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 13. URL: <http://sibac.info/archive/economy/Economy05.11.2013.pdf>.
3. *Кибанов А. Я., Ивановская Л. В., Митрофанова Е. А.* Управление персоналом: учебник / под ред. А. Я. Кибанова. М.: РИОР, 2013.

Научный руководитель *А. Ю. Коковихин*

И. Д. Макарова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Особенности и проблемы трудоустройства молодежи

Аннотация. Кадровый потенциал должен постоянно обновляться за счет максимального привлечения к трудовой деятельности молодежи. Но ее низкая конкурентоспособность на рынке труда, связанная с отсутствием жизненного и профессионального опыта, приводит, как правило, не к увеличению числа специалистов на предприятиях района, а к пополнению состава безработных.

Ключевые слова: молодежь; безработица; трудоустройство.

В ходе изучения проблемы, выявлен ряд причин, которые усложняют трудоустройство молодых людей на работу¹:

1) трудоустройству мешают уровень и качество полученного образования;

2) невостребованность выпускников учебных заведений на рынке труда;

3) низкая конкурентоспособность по сравнению с другими возрастными группами;

4) многие работодатели негативно оценивают такие качества молодых работников, как отсутствие навыков трудовой деятельности и неумение выстраивать взаимоотношения в рабочем коллективе, излишняя эмоциональность и неустойчивость поведения, т. е. все то, что свидетельствует о социальной незрелости человека, недостаточном уровне его социализации в обществе;

5) необоснованное представление молодежи о путях адаптации в сфере труда и занятости;

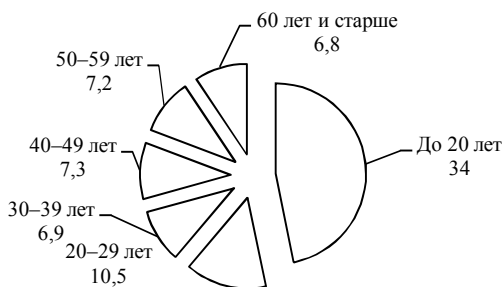
6) падение престижа производительного труда для значительной части молодых людей.

Изучив рисунок, можно увидеть, что молодым людям в возрасте от 16 до 20 лет найти работу гораздо сложнее, нежели молодежи более старших возрастов. Это обуславливается отсутствием опыта и навыков работы, низким уровнем квалификации. В основном работодатели не заинтересованы в подростковом труде.

Завершившие профессиональную подготовку молодые люди в возрасте 20–30 лет достаточно уязвимы на рынке труда, так как не имеют должного профессионального и социального опыта и, как следствие, менее конкурентоспособны.

Трудоустройству мешают уровень и качество полученного образования и невостребованность выпускников учебных заведений на рынке труда.

¹ *Путеводитель безработного. Трудобзор. Биржа труда. URL: <http://trudobzor.ru>*



Уровень безработицы по возрастным группам по субъектам Российской Федерации в 2016 г., % от экономически активного населения соответствующей возрастной группы¹

В 2016 г. в центры занятости населения Свердловской области обратились за содействием в трудоустройстве 4 248 выпускников учреждений профобразования 2011 г. выпуска, из них 3 003 чел. получили статус безработного.

Средняя продолжительность поиска работы в категории людей от 16–29 лет составляет 5,6 месяцев².

Анализ структуры безработицы среди выпускников учебных заведений за последние годы показывает, что наибольшие трудности с трудоустройством испытывают выпускники следующих укрупненных групп специальностей: «Экономика», «Юриспруденция», «Гуманитарные науки», «Образование и педагогика», «Архитектура и строительство». Определенная доля выпускников этих и других специальностей становится клиентами службы занятости, в отношении которых реализуются мероприятия программ содействия занятости.

Содействие занятости и трудоустройству молодежи может быть организовано по нескольким направлениям³:

1) образование молодежи. Одним из направлений деятельности является содействие дополнительному образованию молодежи через организацию и функционирование профильных клубов и центров дополнительного образования;

2) содействие профессиональной подготовке молодежи. В системе мер социальной защиты населения от безработицы важное место за-

¹ Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gsk.ru>.

² Департамент по труду и занятости населения Свердловской области. URL: <http://szn-ural.ru>.

³ Молодежь на рынке труда. URL: <http://works.tarefer.ru/74/100595/index.html>.

нимает право молодежи на бесплатную профессиональную подготовку, повышение квалификации и переподготовку по направлению органов службы занятости;

3) изменение порядка приема молодежи на работу. Основной мерой по социальной поддержке молодежи может стать смягчение критериев приема на работу, трудоустройство без опыта работы, создание гибкого графика работы для студентов дневной формы обучения и др.;

4) квотирование мест для молодежи. Развитие предпринимательской деятельности. Малый и средний бизнес во многом инициирует появление дополнительных рабочих мест, способствует деловой активности граждан, в том числе и тех, кто менее конкурентоспособен на рынке труда;

5) организация ярмарок вакансий. Данная форма работы дает возможность любому желающему ознакомиться с банком данных свободных рабочих мест, самостоятельно подобрать себе работу и в ходе непосредственного общения с работодателем выяснить варианты и условия трудоустройства.

В современной молодежи заложен прообраз российского будущего. В каком направлении пойдет дальнейшее развитие России – это будет зависеть не только от успешного хода социально-экономических реформ, но и от настроения на активное участие в них российской молодежи. Следовательно, необходимо эффективное содействие динамичному развитию молодежного рынка труда.

Научный руководитель *Т. Б. Загоруля*

И. В. Малахов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка эффективности использования кадрового аутсорсинга

Аннотация. В статье представлены принципы оценки результатов внедрения кадрового аутсорсинга. В работе раскрываются понятия экономического социального и организационного эффекта от внедрения аут-технологий на предприятии, одновременно рассматривается целесообразность использования данного метода управления человеческим капиталом, сопоставляются плюсы и минусы кадрового аутсорсинга.

Ключевые слова: аутсорсинг; человеческий капитал; синергетический эффект; кадровый аутсорсинг.

В современной экономической ситуации и условиях жесткой конкуренции у предприятий разного характера возникают риски потери мобильности и, как следствие, экономической выгоды ведения бизнеса,

из-за балластных и не профильных функций. На помощь приходят инновационные технологии ведения бизнеса в целом, и в частности аут-технологии.

Высокая эффективность финансово-хозяйственной деятельности предприятия – это заслуга и достояние, в первую очередь, его персонала. Необходимо отметить, что весьма продолжительный период становления и развития экономики ведущих индустриально развитых стран и мировой опыт успешного многолетнего функционирования предприятий различного масштаба свидетельствует о том, что организация успешна только в том случае, когда в основе концепции управления персоналом лежат инновационные подходы такие, как кадровый аутсорсинг, аутстаффинг, аутплейсмент.

Под аутсорсингом (от англ. outsourcing: (outer-source-using) использование внешнего источника и/или ресурса) понимается передача организацией, на основании договора, определенных видов или функций производственной предпринимательской деятельности другой компании, действующей в нужной области. В отличие от услуг и поддержки, имеющих разовый, эпизодический или случайный характер и ограниченных началом и концом, на аутсорсинг обычно передаются функции по профессиональной поддержке бесперебойной работы отдельных систем и инфраструктуры на основе длительного контракта (не менее 1 года)¹.

Кадровый аутсорсинг – передача компанией-заказчиком части функций управления персоналом компании-партнеру, с целью оптимизации кадровых процессов на предприятии и концентрации внутренних ресурсов на основном виде деятельности. Аут-технологии в управлении персоналом организации для России относительно новый тренд, обычно на аутсорсинг передаются такие направления деятельности как: юридические консультации и сопровождение, бухгалтерский учет, IT-поддержка, эксплуатация зданий и сооружений и др. В условиях жесткой конкуренции и роста экономической активности рынков предприятиям необходимо уделять внимание и рассматривать отдельно, как успешную составляющую бизнеса, использование аутсорсинга человеческих ресурсов. Так, например Б. А. Никитин считает, что привлечение квалифицированных специалистов к управлению организацией (аутсорсинг функций управления организацией), обучению и повышению квалификации персонала (аутсорсинг корпоративного обучения), аутсорсинг логистических функций и маркетинга, аутсорсинг основных и вспомогательных производственных процессов и т.п. может быть эффективным при полной или частичной передаче соответствующих

¹ *Аутсорсинг* // Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki>.

функций аутсорсеру. Отдельное направление аутсорсинга представляет собой аутсорсинг человеческих ресурсов [1, с 29].

Функционал управления персоналом, передаваемый компании провайдеру на обслуживание, может быть различным: подбор персонала, адаптация персонала, мотивация персонала, кадровое делопроизводство, расчет заработной платы, обучение и аттестация персонала, охрана труда на предприятии, кадровый аудит.

Стоит отметить, что передача не профильных функций напрямую зависит от поставленных целей и стратегии предприятия. Принятие стратегического решения о применении кадрового аутсорсинга должно быть экономически выгодно, обоснованно с точки зрения социального и организационного эффекта. К выбору провайдера данных услуг нужно подходить с осторожностью, так как можно не получить должного синергетического эффекта из-за отсутствия необходимых компетенций у компании-партнера.

При подборе аутсорсера необходимо учитывать ряд факторов: возможность контроля подрядчика – в договоре должно быть четко оговорен механизм надзора над работой по оказанию предоставляемых услуг; фиксированные тарифные ставки – стоимость услуг необходимо строго фиксировать в договоре; конкретные цели и задачи – функции провайдера необходимо строго регламентировать; надежный партнер – открытость компании подрядчика гарантирует качество предоставляемых услуг¹. Синергия, от внедрения модели аутсорсинга управления персоналом состоит из экономического, социального и организационного эффектов. Сопоставим положительные и отрицательные эффекты кадрового аутсорсинга в таблице.

Конечным результатом использования технологии кадрового аутсорсинга для предприятия должны стать – оптимизация производства, повышение качества выпускаемой продукции (услуги), переориентация финансового и кадрового капитала на выполнение основных (профильных) задач организации [2]. Несмотря на все положительные эффекты, данная модель содержит в себе и большое количество рисков. Например, если провайдер услуг обанкротился, придется потратить большое количество финансовых и временных ресурсов для обеспечения бесперебойного производства и поиска нового аутсорсера соответственно; или, как наихудший вариант, возвращение к классической системе управления персоналом. Возможны случаи кражи конфиденциальной информации и передачи ее третьим лицам (конкурентам). Некачественно предоставленная услуга, так же может привести к падению производства и санкциям надзорных органов.

¹ *Аутсорсинг* персонала: какие функции делегировать // Директор по персоналу. URL: <http://m.hr-director.ru/article/66337-qqq-16-m10-outsorsing-personala>.

Положительные и отрицательные стороны кадрового аутсорсинга

Эффект	Функционал	Положительное влияние	Отрицательное влияние
Экономический	Кадровый аудит	Возможность оптимизации штатной численности персонала и как результат экономия ФОТ	Ошибка аутсорсера может повлечь потерю ценного персонала и как следствие снижение уровня производства (потеря прибыли)
	Охрана труда. Расчет заработной платы. Кадровое делопроизводство. Подбор персонала	Экономия ФОТ за счет отсутствия ставки инженера по охране труда (предприятия численностью до 50 штатных единиц). Экономия ФОТ – не надо содержать на постоянной основе большой штат специалистов	Санкции надзорных органов в рамках нарушений правил охраны труда, некорректного делопроизводства, предоставление неверной налоговой отчетности
Организационный	Охрана труда. Расчет заработной платы. Кадровое делопроизводство. Обучение и аттестация персонала. Подбор персонала	Экономия в среднем 60% рабочего времени специалистов HR-службы. Повышение квалификации штатного персонала. Возможность привлечения высококлассных специалистов для выполнения сложных задач и реализации новых проектов	Возможность утечки конфиденциальной информации. Увеличивает зависимость заказчика от аутсорсера
Социальный	Мотивация персонала. Обучение и аттестация персонала	Повышение лояльности штатных сотрудников	Увеличение финансовых затрат на персонал

Кадровый аутсорсинг, при внедрении на производство, становится неотъемлемой частью (процессом) в деятельности организации. В этом процессе на входе затрачиваются финансовые ресурсы, а на выходе получают увеличение производительности труда, повышение лояльности персонала, уменьшение издержек на персонал – как следствие рост производства, осуществление стратегических целей. Исходя из выше изложенного, данный процесс стоит оценивать в системе менеджмента качества. ГОСТ Р ИСО 9000-2001: «Любая деятельность или комплекс деятельности, в которой используются ресурсы для преобразования входов в выходы, может рассматриваться как процесс». Данный стандарт подразумевает постоянную оценку и модернизацию бизнес-про-

цессов. Так, например, А. Н. Шмелева считает, что методика оценки операционной эффективности управления предприятием: современный подход к постановке СМК на предприятии предполагает совершенствование системы управления предприятием в целом. Согласно стандарту ISO 9004:2000 «Руководящие указания по улучшению деятельности», «для успешного руководства и управления компанией необходим систематический и наглядный менеджмент», т.е. внедрение современных стандартов ISO 9001:2000 означает не только производство качественной продукции, но и достижение на предприятии уровня менеджмента, гарантирующего выпуск продукции требуемого качества [3, с. 86].

Определенно, сотрудники являются главной ценностью любой организации. Эффективность их работы предопределяет результаты функционирования организации. Использование кадровых аут-технологий стоит подходить взвешенно и с особой тщательностью. Необходимо выявить не только синергетический эффект, но и продумать стратегию анализа и контроля данного бизнес процесса. Несмотря на имеющиеся риск кадрового аутсорсинга положительные эффекты преобладают – каждое предприятие стремится к максимизации прибыли с минимальными издержками.

Библиографический список

1. *Аникин Б. А., Рудая И. Л.* Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2009.
2. *Коковихин А. Ю.* Механизмы и институты управления человеческими ресурсами в формировании инвестиционного климата на национальном и региональном уровне // Известия Уральского государственного экономического университета. 2016. № 6(68).
3. *Шмелева А. Н.* Оценка эффективности управления предприятиями: монография. Пенза: Информационно-издательский центр ПГУ, 2006.

Научный руководитель *А. Ю. Коковихин*

Формирование конкурентной стратегии организации на основе компетенций персонала

Аннотация. В статье рассматриваются аспекты важности и необходимости формирования моделей компетенций персонала в рамках формирования конкурентной стратегии развития организации.

Ключевые слова: компетенция персонала; конкурентная стратегия; модели компетенций.

В современном мире, любая компания или организация, от начинающей свой путь на рынке до многолетнего лидера, четко осознает для себя, что рынок, на котором она работает и развивается, не только интересен, но и несет в себе огромное количество рисков.

Работа в условиях противодействия конкурентам, называется конкуренцией. В своей работе «Конкурентное преимущество» Майкл Портер определил понятие конкуренция следующим образом: «Главный фактор, который определяет, станет компания успешной либо потерпит крах» [2].

Успешное позиционирование компании на рынке связано с выбором стратегии ее развития. Обобщенное определение стратегии гласит: «Стратегия – это установленная на достаточно длительный период совокупность норм, ориентиров, направлений, сфер, способов и правил деятельности, обеспечивающих рост и высокую конкурентную способность организаций, укрепляющих позиции на рынке, повышающих способность к выживанию в конкретной ситуации» [3].

Стратегия, результатом достижения которой, является обеспечение высокой конкурентной способности организации, будем называть конкурентной стратегией. Она представляет собой набор специфических шагов и подходов, которые организация предпринимает или собирается предпринять с целью ведения успешной конкурентной борьбы. Выбор конкурентной стратегии обусловлен следующими моментами: привлекательностью отрасли с точки зрения прибыльности и факторами, которые ее определяют; факторами, определяющими относительную конкурентную позицию внутри отрасли.

Выбор стратегии возможен только при учете этих двух факторов. Также невозможно выработать одну, подходящую любой организации, конкурентную стратегию. Стратегия должна дать ответы на следующие вопросы: что – задачи, которые необходимо выполнить, цели, которые необходимо достичь; где – на каких отраслях промышленности и товарных рынках сфокусировать свое внимание; как – какие ресурсы

и виды деятельности необходимо распределить между рынками, чтобы соответствовать возможностям и угрозам внешней среды и получить конкурентное преимущество.

Результатом оценки всех аспектов деятельности организации в отрасли и на рынке является определение и понимание руководством ее роли и места на рынке. По определению Ф. Котлера, роли конкурентных организаций следующие: лидер отрасли или рынка, претендент на лидерство, последователь и обитатель ниши [1]. Роль определяет ключевые цели конкурентной стратегии.

Принимая стратегию, организация должна вырабатывать такую конкурентную стратегию, которая обеспечит для нее поступательное движение вперед. Затем, по мере роста ее бизнеса, стратегия должна эволюционировать. И так, шаг за шагом, организация совершит постепенное и уверенное движение вперед, конечной целью которого является – лидерство на рынке.

Важный элемент влияния на политику организации – человек, любой сотрудник, от управленческого состава до специалиста. От того обладает ли работник, выполняющий ту или иную функцию в организации, достаточными знаниями, навыками и умениями, зависит качество и скорость выполнения возложенных на него обязанностей. Следовательно, возникает вопрос: как обеспечить у работников требуемые знания, навыки и умения и что это такое?

В мире современного бизнеса, набор знаний, навыков и умений, необходимый для эффективного выполнения поставленных целей и задач называют компетенциями. А комплекс требующихся для этого компетенций – моделью компетенций.

Компетенции, по своей природе, распределяются на две группы: развиваемые и неразвиваемые. К развиваемым компетенциям относятся в основном профессионально-технические компетенции, развитие которых происходит в процессе получения новых знаний или навыков, а также за счет изменения движущих мотивов работника. Неразвиваемые компетенции – это в основном личностные характеристики человека, заложенные природой, воспитанием и окружающим миром, а также компетенции, на развитие которых, требуются годы кропотливого труда.

Важно понимание руководителями высшего и среднего звена того, что они обязаны сформировать такую модель компетенций, которая бы соответствовала принятой конкурентной стратегии. Кроме того, она должна быть более требовательной к знаниям, навыкам и умениям руководителей и работников, чем поставленные перед организацией цели. Модели компетенций должны быть построены для каждой должности в организации и стать действенным инструментом, применяемым

управленцами на всех этапах работы с людьми. В этих условиях, важным элементом принятия моделей компетенций является ее ясность, прозрачность и понятность всеми сотрудниками организации.

Приняв модели компетенций в организации, руководители проводят аттестацию сотрудников для определения уровня их соответствия моделям. При аттестации необходимо не просто выявить текущий уровень развития знаний и навыков работников, но еще и оценить возможности их развития у сотрудников. Полученные итоги разбиваются на три категории:

сотрудники, соответствующие принятой модели компетенций;

сотрудники, требующие развития;

сотрудники, компетенции которых не соответствуют требованиям компании или неразвиваемы.

На основании полученных результатов руководитель организации получает видение текущего развития знаний и навыков всех сотрудников. Здесь важно определить уровень компетентности персонала в сравнении с принятой моделью компетенций. Выставляется не менее трех оценок (в организации могут быть приняты различные шкалы измерения):

высокий уровень развития компетенций;

средний уровень развития компетенций;

низкий уровень развития компетенций.

Основываясь на данном анализе, руководитель, в случае, если конкурентная стратегия еще не была принята, определяет, какую конкурентную стратегию он может применить в организации. Если же стратегия уже была принята – ее нужно пересмотреть в рамках новых условий или же дополнить пунктом, связанным с обеспечением развития у сотрудников компетенций, требуемых для ее выполнения.

После этого руководство организации строит следующих три этапа работы с персоналом организации: отбор, обучение и аттестация персонала.

Эффективное применение модели компетенций, принятой в организации, всеми сотрудниками в своей повседневной работе обеспечит успешное продвижение к целям выбранной конкурентной стратегии.

Резюмируя сказанное, мы можем утверждать, что сотрудники организации, независимо от занимаемой ими должности, наряду с машинами и инструментами, процессами, нормативно-правовыми актами и информационными потоками, являются одним из ключевых факторов влияния на ее развитие в рамках конкурентного рынка или отрасли. Поэтому, разрабатывая конкурентную стратегию, преследующую цели обеспечения высокой конкурентной способности организации, необходимо в качестве одного из первых шагов ее выработки принять модель

компетенций для всех должностей организации. Модели компетенций должны быть ясны и понятны всему персоналу. И эти модели необходимо эффективно применять на всех этапах работы с сотрудниками, начиная с отбора и продолжая обучением и аттестацией.

В этих условиях управленческий состав организации должен научиться, используя принятые модели компетенций, определять их уровень развития в организации. Основываясь на полученных результатах, руководители обязаны строить конкурентные стратегии таким образом, чтобы последовательное развитие знаний, навыков и умений персонала (от низкого до высокого уровня развития компетенций), обеспечило для управляемой ими организации поступательное движение по обеспечению ее конкурентоспособности.

Библиографический список

1. *Котлер Ф.* Маркетинг менеджмент: экспресс-курс. 2-е изд. / пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. СПб.: Питер, 2006.

2. *Портер М. Е.* Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.

3. *Стратегический менеджмент:* учеб. пособие / под ред. М. А. Чернышова. Ростов н/Д, 2009.

Научный руководитель *Д. Н. Ядранский*

А. О. Мякотина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Профессиональная реабилитация людей с ограниченными возможностями здоровья в рамках региональных программ «Доступная среда»

Аннотация. Статья посвящена влиянию профессиональной реабилитации на различные стороны жизни людей с ограниченными возможностями. В статье рассматриваются пути и методы решения проблем реабилитации. В работе анализируется региональная программа «Доступная среда». Исследование ведется через рассмотрение таких проблем, как совершенствование системы комплексной реабилитации и абилитации инвалидов. Главное внимание обращается на способы преодоления барьеров в профессиональной сфере для людей с ограниченными возможностями. В работе нашли отражение вопросы прогнозирования возможных рисков, связанных с решением задач программы. В заключение кратко разбираются меры, которые помогут ограничить финансовые риски от внедрения программы.

Ключевые слова: абилитация; инвалидизация; профессиональная реабилитация; «Доступная среда».

В настоящее время в Российской Федерации насчитывается 12,924 млн инвалидов. Уровень инвалидизации составляет 9,2%. Из 2,57 млн инвалидов, которые находятся в трудоспособном возрасте, работает только 817,2 тыс. чел., численность неработающих инвалидов составляет 1,75 млн. чел., или 68,1%¹.

Современные исследователи (В. Д. Зайцев, Е. Р. Ярская-Смирнова, А.Е. Лысенко и др.) рассматривают профессиональную реабилитацию лиц с ОВЗ как мероприятия, предусмотренные индивидуальной программой реабилитации инвалида, разрабатываемые федеральными государственными учреждениями медико-социальной экспертизы с учетом индивидуальных особенностей физического состояния и состояния здоровья инвалида, включающие в себя профессиональную ориентацию, обучение и переобучение, содействие в трудоустройстве, производственную адаптацию.

В нашей стране огромный пласт населения фактически оказался исключенным из общественной жизни по причине различных барьеров – как физических, так и психологических, которые встают на пути инвалидов, желающих активно участвовать в жизни общества².

В целях устранения этих барьеров и была создана программа «Доступная среда».

¹ *Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» на 2011–2020 гг.:* постановление Правительства РФ от 1 декабря 2015 г. № 1297.

² *Сетевой ресурс Президента России.* URL: <http://www.kremlin.ru>.

Понятие доступной среды не ограничивается чисто техническими вопросами, а понимается более широко. Это и доступность образования, и рабочих мест для инвалидов, и многое другое, способствующее социальной адаптации инвалидов в обществе.

К 2020 г. планируется увеличить качество жизни инвалидов по ряду параметров (всего 9 параметров – целевых показателей программы). Каждый из них имеет начальное значение и конечное целевое, достижение которого планируется к 2020 г. Например, Показатель 5 «Доля инвалидов, получивших мероприятия по реабилитации и (или) абилитации, в общей численности инвалидов, имеющих такие рекомендации в индивидуальной программе реабилитации или абилитации (взрослые)»¹:

2014.....	43,0%
2015.....	44,0%
2016.....	45,5%
2017.....	45,8%
2018.....	46,0%
2019.....	46,2%
2020.....	46,5%

Показатель 7 «Доля занятых инвалидов трудоспособного возраста в общей численности инвалидов трудоспособного возраста в Российской Федерации»:

2014.....	28,2%
2015.....	28,2%
2016.....	30,6%
2017.....	32,9%
2018.....	35,3%
2019.....	37,6%
2020.....	40,0%

В 2016–2020 гг. будет продолжено софинансирование из федерального бюджета региональных программ «Доступная среда». На эти цели планируется выделить порядка 20 млрд р. Отметим, Правительство РФ решило продлить до 2020 г. срок реализации госпрограммы РФ «Доступная среда» (распоряжение Правительства РФ от 27 октября 2014 г. № 2136-р). Минтрудом России разработан проект правительственного постановления, предусматривающий поправки в проект государственной программы «Доступная среда» на период с 2016 по 2020 г. Реализацию программы в указанный период планируется продолжить по трем ключевым направлениям:

¹ Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» на 2011–2020 гг.: постановление Правительства РФ от 1 декабря 2015 г. № 1297.

обеспечение условий доступности приоритетных объектов и услуг в приоритетных сферах жизнедеятельности инвалидов и других маломобильных групп населения;

совершенствование системы комплексной реабилитации и абилитации инвалидов;

совершенствование государственной системы медико-социальной экспертизы.

В Свердловской области реализация целей и задач Программы будет оцениваться комплексом целевых показателей (индикаторов) Программы.

Важное значение для профессиональной реабилитации инвалидов имеют следующие из них¹:

доля доступных для инвалидов и других маломобильных групп населения приоритетных объектов социальной, транспортной, инженерной инфраструктуры в общем количестве приоритетных объектов в Свердловской области – 40,0% к концу 2020 г.;

доля приоритетных объектов органов службы занятости, доступных для инвалидов и других маломобильных групп населения, в общем количестве объектов органов службы занятости в Свердловской области – 70,0% к концу 2020 г.;

доля приоритетных объектов транспортной инфраструктуры, доступных для инвалидов и других маломобильных групп населения, в общем количестве приоритетных объектов транспортной инфраструктуры в Свердловской области – 73,0% к концу 2020 г.;

доля парка подвижного состава автомобильного и городского наземного электрического транспорта общего пользования, оборудованного для перевозки маломобильных групп населения, в парке этого подвижного состава в Свердловской области – 20,0% к концу 2020 г.;

доля приоритетных объектов в сфере среднего профессионального образования, в которых создана универсальная безбарьерная среда для инклюзивного образования инвалидов в общем количестве приоритетных объектов в сфере среднего профессионального образования Свердловской области – 30,0% к концу 2020 г.;

численность трудоустроенных инвалидов (из общей численности трудоустроенных граждан) – 2 060 чел. к концу 2020 г.;

доля специалистов, прошедших обучение и повышение квалификации по вопросам реабилитации и социальной интеграции инвалидов, среди специалистов, занятых в этой сфере в Свердловской области – 100,0% к концу 2020 г.

¹ Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» на 2011–2020 гг.: постановление Правительства РФ от 1 декабря 2015 г. № 1297.

Анализ целевых показателей на 2020 г. показывает, что планируемые показатели существенно изменят положение инвалидов на рынке труда. Изменение городской инфраструктуры, обучение специалистов, условия профессиональной переподготовки – все это должно содействовать трудоустройству инвалидов.

В результате реализации Программы ожидаются позитивные изменения значений показателей социально-экономического развития Свердловской области, характеризующих положение инвалидов, уровень и качество их жизни, повышение мобильности, трудовой занятости инвалидов, а также повышение культурного уровня и толерантности в обществе.

Важное значения для успешной реализации Программы имеет прогнозирование возможных рисков, связанных с решением задач программы.

Макроэкономические и финансовые риски связаны с возможными кризисными явлениями в экономике, инфляцией, бюджетным дефицитом.

Меры, которые помогут ограничить финансовые риски: ежегодный пересмотр объемов финансовых средств, направленных на реализацию Программы; определение приоритетов, привлечение внебюджетного финансирования.

Организационные риски могут быть связаны с неэффективным управлением, и как следствие – невыполнением целей и задач Программы, снижением эффективности. Уменьшения управленческих рисков можно добиться проведением регулярного аудита, доступностью отчетов, созданием системы мониторинга реализации программы. Возможны и кадровые риски по причине дефицита специалистов. Такие риски устраняются обеспечением повышения квалификации специалистов.

Научный руководитель *В. М. Шаранова*

О. Р. Полякова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Современные тенденции занятости женского населения

Аннотация. В статье рассматриваются новые тенденции занятости женского населения в США в возрастной группе после 60 лет, которые были выявлены в ходе исследования, проведенного экономистами Гарвардского университета. Автор также указывает на возможное распространение данных тенденций в мировом масштабе.

Ключевые слова: занятость; пенсионный возраст; доход от работы; высшее образование; обзор.

Карьерный путь женщины в современном мире изменяется, достигает более высоких уровней – согласно двум новым исследованиям переписи, проведенной исследователями с экономического факультета Гарвардского Университета. Были исследованы также уровень дохода и пенсионные данные, которые обеспечивают самый всесторонний взгляд на женскую карьеру.

Согласно исследованиям, самое поразительное на сегодняшний день это то, что женщины стали значительно больше работать в режиме полного рабочего дня в свои 60 и даже 70 лет. И многие из этих женщин сообщают, что они делают это, потому что они наслаждаются этим.

Даже несмотря на то, что их участие в рабочей силе в Соединенных Штатах затруднилось в последние годы, и как матери они сталкиваются с особенно серьезными проблемами, женщины работают больше, чем когда-либо и получают доход от своей работы.

Сейчас женщины даже в свои 20 и 30 лет не делают перерывы в работе, по сравнению с предыдущим поколением, когда они часто раньше были дома с детьми. Теперь, если матери делают перерывы, это только в конце 30 начале 40 лет.

Почти 30% женщин в возрасте 65–69 лет работают, по сравнению с 15% в конце 1980-х годов (данные приводятся в одном из исследований, которое проводилось экономистами Гарварда Клаудией Голдин и Лоуренсом Кацем).

Это «уклонение от пенсии» более распространено среди женщин с высшим образованием и сбережениями. У тех, кто не работает, более вероятно, слабое здоровье и низкие сбережения, и зависимость от социального обеспечения и иногда пособий по нетрудоспособности.

Два новых исследования базируются на данных по состоянию здоровья и Пенсионном Исследовании Мичиганского университета и из Текущей переписи населения в Бюро переписи. Данные включали обзоры, которые следили за теми же самыми женщинами со временем;

в некоторых исследованиях изучили подоходный налог респондентов и отчеты социального обеспечения.

Для некоторых женщин решение продолжать работать было неожиданно и не обязательно приветствовалось из-за развода в пожилом возрасте, потерь недвижимости или изменений в социальном обеспечении. Недавняя статья экономистов Аннамари Лузарди и Оливии С. Митчелл исследовала женщин, которые работали в старости, потому что они имели больше долга, чем в предыдущих поколениях и испытывали недостаток в финансах. Рабочие старшего возраста, которые потеряли рабочие места во время финансового кризиса, более вероятно, останутся безработным длительный срок – особенно женщины, частично потому что их резюме имели больше пробелов.

Но большую часть времени женщины, которых нашли г-жа Голдин и г-н Кац, работают дольше из-за решений, которые они приняли намного ранее в своей жизни - получить образование и провести годы, строя карьеру.

Выпускники колледжа, вероятно, будут работать в более старшем возрасте. Из женщин, родившихся между 1945 и 1949 г., приблизительно 50% во всех образовательных группах работали в 64 года, по сравнению с 60% выпускников колледжа.

Например, Хелен Янг Хейз управляла 50 млрд дол. в инвестициях во взаимном фонде в Денвере, воспитывая пять детей. Пять детей были большой нагрузкой. Так, в 41, она прекратила работать.

Десятилетие спустя она возвратилась к трудовой деятельности. Идея выросла из волонтерской работы. Занятость в течение 20 лет, прежде чем она ее оставила, сделала ее возвращение к работе легче. По ее собственному свидетельству, это вселяло в нее веру, которая дала понять, что не существует никаких пределов ее карьере.

Научный руководитель *Н. Ю. Терехова*

А. А. Порошина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Реализация кадровой политики в сфере государственного и муниципального управления

Аннотация. В статье рассмотрены основы кадровой политики в органах государственного и муниципального управления. На примере Администрации города Екатеринбурга изучены ее особенности.

Ключевые слова: кадры; кадровая политика; органы власти; государственное и муниципальное управление.

Кадровая политика в широком смысле – это система официально признанных целей, задач, приоритетов и принципов деятельности государства по регулированию всех кадровых процессов и отношений в стране. В узком смысле кадровая политика – это выражение стратегий государства по формированию, востребованию, профессиональному развитию и рациональному использованию кадрового потенциала страны. Если обобщить эти определения, то можно сделать вывод, что суть государственной кадровой политики в том, что она состоит в кадровом обеспечении стратегии социально-экономического развития государства.

Кадровый состав определяет успех развития любой организации. Если говорить о стране в целом, то здесь ведущая роль принадлежит кадрам органов власти. Соответственно, их квалификация, нравственный и культурный уровень имеют огромное значение; их подбор, расстановка, обучение играют огромную роль в жизни общества.

Основой кадровой политики является коллективная политика управления людскими ресурсами. При формировании кадрового состава в органах власти необходимо учитывать:

заслуги в профессиональной служебной деятельности, деловые качества при назначении на должность служащих гражданской службы;

равнозначный доступ всем лицам, владеющим государственным языком РФ к муниципальной службе и одинаковые требования для прохождения вне зависимости от пола, расы, национальности, происхождения и других факторов, не связанных с профессиональными и деловыми качествами муниципального служащего;

компетентность и профессионализм муниципальных служащих;

общедоступность данных о работе муниципальных служащих;

связь с социальными объединениями и гражданами;

исторические и другие местные традиции при прохождении муниципальной службы;

ответственность муниципальных служащих за несоблюдение или ненадлежащее исполнение своих должностных обязанностей;
внепартийность муниципальной службы.

Из этого следует, что современная государственная и муниципальная кадровая политика должна являться главным средством социального развития, важным условием результативного использования трудового ресурса; также она должна развивать высокопрофессиональные человеческий капитал, а не быть средством борьбы за власть или ее удержания. Разрабатывая кадровую политику невозможно исходить только из одного подхода, учитывая только одну цель или одну функцию, один интерес и т.п. Важно учитывать прошлое, настоящее и будущее состояние общества, согласованное с потребностями и интересами государства и человека, поэтому необходим комплексный подход.

Реализация кадровой политики на примере Администрации г. Екатеринбурга (далее – администрация города) осуществляется следующим образом.

Анализ показателей выявил, что штатная численность служащих в администрации с каждым годом сокращается, и данное сокращение штатной численности вызвано оптимизацией структуры, связанной с выявлением должностей с дублирующими функциями и их сокращением. Возрастной состав сотрудников характеризуется оптимальным балансом молодых и опытных работников; кроме того, существует тенденция к омоложению кадрового состава персонала.

Наблюдается, небольшая, но положительная тенденция к уменьшению текучести кадров, в 2016 г. снижение составило 17%. Данный показатель не способствует качественному обновлению кадрового состава. Основными причинами увольнения по собственному желанию стали высокая интенсивность труда, постоянный режим ненормированности рабочего времени и неудовлетворенность заработной платой.

Последние годы проводится большая работа в части подбора персонала. Создаются рекрутинговые сайты по подбору персонала, что позволяет получать непосредственно резюме от самих соискателей, что способствует быстрому поиску кандидатов, бесплатно публикуются вакансии на сайте «Работа в Екатеринбурге» и многое другое.

В Администрации города Екатеринбурга активно проводится аттестация служащих, в 2016 г. было обучено 200 муниципальных служащих, что на 57 чел. больше, чем в 2015 г. Затраты на обучение составили 612 343 р., в 2015 г. – 523 816,54 р.

Существует ряд проблем в осуществлении кадровой политики, это не только в администрации города Екатеринбурга, а в целом по стране, и для их решения реализуются мероприятия по совершенствованию

кадровой политики в сфере государственно-муниципального управления с учетом следующих аспектов:

- 1) удержание роста абсолютной численности государственных муниципальных служащих;
- 2) гарантия стабильности кадрового состава;
- 3) стабилизация кадров государственных муниципальных служащих по возрастному и половому признакам;
- 4) обеспечение объективной и комплексной оценки профессиональных качеств государственных служащих;
- 5) обеспечение однородности кадрового состава по уровню профессиональной подготовки;
- 6) предоставление условий продвижения на государственной муниципальной службе.

Научный руководитель *Е. А. Ляшенко*

А. А. Райт

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Современные подходы к проведению кадрового аудита в образовательной организации

Аннотация. Данная статья посвящена кадровому аудиту и особенностям его проведения в образовательной организации. В работе приведена система критериев для оценки аудиторов, раскрыты особенности кадрового аудита.

Ключевые слова: аудит; аудит персонала; кадровый аудит; персонал.

Любая образовательная организация, независимо от типа и вида, сталкивается с проблемами в области управления персоналом. Для реальной оценки потенциала коллектива, возможности достижения им необходимых результатов требуется проведение независимой оценки действующей системы управления персоналом и ведения кадрового делопроизводства. С этой целью проводят кадровый аудит.

В теории и практике управления персоналом эксперты выделяют следующие виды аудита.

1. По периодичности исследования:

текущий – проводится по заранее установленному регламенту за определенный период времени;

оперативный – проводится по оперативному распоряжению руководства;

регулярный – проводится через определенные промежутки времени;

панельный – проводится с определенной периодичностью, с неизменными методикой и инструментарием на тех же группах людей и тех же объектах.

2. По полноте охвата изучаемых объектов:

полный – охватывает все объекты;

локальный – охватывает отдельно выделенную группу объектов;

тематический – включает все объекты или по одной тематике.

3. По методике анализа:

комплексный – используется весь арсенал методов;

выборочный – анализу подвергаются работники, выбранные по специальной методике-выборке¹.

Процесс кадрового аудита можно представить в виде определенной последовательности этапов.

Этап 1. Определение объема аудита. При выборочном аудите проверяется часть документов, при общем – все.

К выборочному кадровому аудиту целесообразно прибегать в случаях:

кадровый аудит проводится регулярно (например, раз в год), и проверке подлежит лишь документация текущего (прошедшего) года;

у образовательной организации возникла проблема, связанная с принятием кадрового решения, например, с увольнением работника, и проверке подвергается документация, которая касается только данного работника;

кадровая документация приводится в соответствие с изменившимся законодательством, и проверке подлежат только те документы, в которые необходимо внести изменения.

Общий кадровый аудит, как правило, проводится при смене руководителя образовательной организации или руководителя кадровой службы, а также перед проверкой организации контролирующими органами.

Этап 2. Определение вида аудита. Руководитель образовательной организации выбирает вид аудита: внешний или внутренний. Принимая решение, он должен исходить из цели аудита, кадровых и финансовых возможностей организации.

Этап 3. Выбор аудиторов. При проведении внешнего аудита выбирается сторонняя организация и создается рабочая группа, которая должна оказывать помощь аудиторам.

Для формализации требований к внутренним аудиторам можно ввести балльную систему оценки их знаний и умений (см. таблицу),

¹ Пехтерева Е. И., Гиниева С. Б. Аудит персонала: подходы к определению и классификация // Достоинный труд – основа стабильного общества: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф.: в 2 т. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2014. Т. 1.

составленных, в том числе, с применением требований профессионального стандарта «Специалист по управлению персоналом»¹.

Требования и критерии оценки аудиторов образовательного учреждения

Требования	Критерии оценки	Баллы
Образование	Высшее образование – специалитет, магистратура	3
	Высшее образование – бакалавриат	2
	Среднее профессиональное	1
Опыт работы в области управления персоналом	Более 5 лет на руководящих должностях	3
	Более 5 лет	2
	–	1
Доп. профессиональное образование по кадровому менеджменту	Есть	3
	Нет	0
Доп. профессиональное образование по проведению кадровых аудитов	Есть	5
	Нет	0
Опыт проведения кадровых аудитов	Более 3 лет	5
	От 1 до 3 лет	3
	Нет	0

Кроме того, необходимо проанализировать наличие внутренних претензий к аудиторам, качество подготовки их документации.

При проведении внутреннего аудита издается соответствующий приказ с указанием его цели, задач и сроков проведения, формируется комиссия.

Этап 4. Подготовка плана аудита и необходимого инструментария для его проведения (контрольных карт и т. д.). По международным стандартам кадровый аудит проводится при наличии такой документации, как программа, план кадрового аудита, контрольные листки, протоколы несоответствий, заключение (отчет) по кадровому аудиту, отчет главного аудитора по программе кадрового аудита, лист рассылки отчета.

В ходе проведения аудита могут разрабатываться различные контрольные листки в зависимости от специфики и детализации объекта кадрового аудита (например, общий кадровый аудит или только аудит системы мотивации и т. д.). При проведении кадрового аудита в образовательной организации, наряду с типовыми показателями работы с кадрами, такими как текучесть персонала, среднемесячная заработная плата, производительность труда, следует также оценивать показатели кадрового потенциала, используемые в ходе мониторинга эффективности деятельности организаций в системе образования. К таким показателям

¹ Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по управлению персоналом»: приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 6 октября 2015 г. № 691н.

телям в учреждениях высшего образования относятся, например: объем НИОКР в расчете на одного научно-педагогического работника; отношение средней заработной ППС к средней заработной плате региона; численность сотрудников из числа ППС, имеющих ученые степени кандидата или доктора наук, в расчете на 100 студентов и т. д.¹

Этап 5. Подготовка документации для проверки. Составляется список требуемых документов, затем они подготавливаются для проверяющих. У образовательной организации список документов может быть весьма внушительным.

Этап 6. Проведение кадрового аудита. Кадровый аудит проводится чаще всего выборочным методом, что обусловлено более эффективным использованием времени.

Аудиторы применяют следующие методы:

анализ документов, распоряжений, приказов и прочих нормативных документов предприятия, относящихся к личному составу.

анкетирование руководящих кадров. При этом определяется, каким образом осуществляется взаимодействие руководителей с персоналом, выявляются недочеты в подходе каждого руководителя подразделения;

интервью с руководителями по вопросам руководства персоналом;

проектирование, групповые дискуссии. При этом улучшается понимание того, как нужно действовать с работниками для повышения эффективности деятельности и приведения ее в полное соответствие с законодательством;

Этап 6. Составление заключения (отчета по аудиту).

На основе полученных аудитором свидетельств формируются выводы о соответствии или несоответствии критериям аудита. Далее данные наблюдения обобщаются и соотносятся с подразделениями, процессами, прошедшими аудит, что является основой для улучшения управления.

После получения отчета о результатах кадрового аудита составляется план работы по устранению выявленных нарушений и недостатков с указанием сроков их исправления и ответственных за это должностных лиц.

Научный руководитель *С. Б. Гиниева*

¹ *Методика* расчета показателей мониторинга эффективности образовательных организаций высшего образования 2016 г. URL: <http://stat.miccedu.ru/info/monitoring>.

Networking в развитии карьеры

Аннотация. Анализируется значение межличностных отношений для выстраивания деловых контактов. Отмечается возможность использования социальных сетей как инструмента нетворкинга.

Ключевые слова: нетворкинга (networking); информация; межличностные отношения; социальные сети; прикладной контент.

Все чаще мы стали слышать такое слово как нетворкинг. Многие компании стали уделять особое внимание, заставляя своих сотрудников налаживать деловые связи. Даже при приеме на работу, нетворкинг стал играть большую роль. Так что же на самом деле означает слово нетворкинг?

Этот процесс возник в мировом пространстве сравнительно недавно – с момента активного развития социальных сетей. Основы же его были заложены еще в 1960-х годах двумя американцами. Именно тогда Джэффри Трэверс и Стенли Милгрэм разработали знаменитую теорию шести рукопожатий, которую сегодня активно использует каждый второй, о которой снимают фильмы и пишут книги.

Существует много определений. Стивен Д’Суза, автор книги «Великолепный нетворкинг», дает такое определение как: нетворкинг – это больше, нежели просто обмен визитными карточками. Нетворкинг – это развитие отношений, в которых вы сможете черпать поддержку и при помощи которых сможете оказывать поддержку другим людям в любой сфере жизни [1, с. 8].

Не согласиться с ним невозможно. Многие считают, что главная цель данного процесса, это выстроить как можно больше связей, набрать огромное количество визиток, и ждать звонка, ни чего не делая. И это большая ошибка. Эффективность знакомств зависит не от их количества, а от их качества.

Нетворкинг – это не врожденный опыт, а приобретаемый. Он формируется с помощью изучения, тренингов и практики. Огромное число предпринимателей тратят большое количество времени на попытки нетворкинга, но лишь немногие посвящают время тому, чтобы обучиться делать это правильно. Обучиться нетворкингу возможно с книг, прослушивая аудиозаписи, посвященные нетворкингу, и разговаривая с людьми, у которых это хорошо получается. И самое главное, следует практиковать изученное.

Перед этим как отправиться на какое-либо мероприятие по нетворкингу, следует обладать конкретно определенными и реальными

целями. Большая часть людей отправляются на подобные мероприятия с целью раздать такое количество визитных карточек, сколько получится. Ваша задача не должна состоять в раздаче визитных карточек. Ваша задача том, чтобы получить максимум визитных карточек. Цель в том, чтобы создать максимум возможных контактов и получить максимум информации, которые выльются в серьезные деловые взаимоотношения.

Не нужно ждать пока люди, сделают для вас что-то первое. Вы должны первым помочь людям и помогать вы должны больше, чем помогут вам. Ошибочно думать, что помогая другим, они уже обязаны вам. Если вы будете помогать людям решать их проблемы, то они сами предложат вам свою помощь.

Смысл нетворкинга во взаимной помощи. Все самые успешные люди активно используют нетворкинг. Может показаться, что с его помощью можно решить абсолютно все проблемы, конечно, это не так. Но даже если связи решают не все, то очень многое.

Для HR-специалиста нетворкинг, играет особое значение. Он эффективен тогда, когда менеджер по персоналу максимально вовлечен в процесс и владение информацией. Есть возможность получить рекомендацию не только в новшествах и специфике работы, но и в подборе лучшего кандидата. Полезные контакты могут оказаться хорошим источником, для получения ценной информации.

Например в современном мире, когда информация обновляется с бешеной скоростью, непросто оперативно вовремя отследить изменения в нормативной и методической базе. Кроме того, бывает, что на глаза попадает новая содержательная и полезная статья или книга. Поделитесь своей находкой или открытием с коллегами. У вас это займет буквально несколько минут (отправить ссылку в письме или сообщением в соцсети). Зато сколько положительных эмоций вы услышите в ответ! Прикладной контент будет оценен, а ваши межличностные отношения укрепятся.

Не менее важную роль, в применении нетворкинга, играет развитие собственного профессионализма. С его помощью можно обмениваться знаниями, опытом, идеями с коллегами, партнерами на профессиональных площадках, получая ценные советы.

Согласно исследованию центра Развития Рабочей Силы, почти 70% обучения на рабочем месте, происходит за счет неформального общения. Так как достичь успеха на своем рабочем месте, но еще и получить заветное повышение?

Многим людям бывает тяжело и непросто устанавливать связи. В таком случае автор книги «Отдавать и получать» Адам Грант, утвер-

ждает, что друзья, с которыми вы давно не общались, могут оказаться намного полезнее существующих активных контактов [2, с. 155].

Сделав ставку на социальные сети, это не только прекрасный первый этап в начале своего пути в построении связей, но и возможность возобновить старые контакты. Эти открытия дают возможность предположить, то что «замороженные», дремлющие взаимоотношения – те, что мы упускаем либо мало используем, – это значимый источник знаний и общественный основной капитал.

Так же использование интернета может послужить и для поиска новых связей. Нередки случаи, когда высокопоставленный человек, знакомства с которым ищут многие, не идет ни с кем на контакт, не ходит на мероприятия и не допускает до себя никого. Однако он охотно общается в соцсетях, которые могли его просто затянуть в свою паутину. Определив его местоположение в пресловутых «Одноклассниках», можно легко навести мосты и в самом скором времени значиться у него на страничке в друзьях.

Социальные сети могут сыграть на руку и тем, что на сегодняшний день многие пользователи заполняют свою личную информацию (хобби, интересы и т. д.). Без труда можно понять, чем интересуется человек, исходя из чего, сразу понятно о чем завести разговор при встрече, как найти подход к нему.

Существует много способов обзавестись связями и полезными знакомствами. На этот счет приходится более пятидесяти профессиональных площадок, и это только в Екатеринбурге и Свердловской области. Например клуб «Бизнес-Среда», в рамках которого проходят образовательные встречи с топовыми лицами Екатеринбурга. В образа спикеров участвуют как эффективные предприниматели-практики, собственники личного бизнеса, так и специалисты узкоспециализированных профилей. За минувший год в их числе, к примеру, посетили Вячеслав Брозовский (Генеральный директор ГК BROZEX), Илья Борзенков (владелец сети магазинов «Норд» и «Магnum»), Борис Лепинских (сооснователь интернет-магазина e96.ru), Юлия Франгулова (директор международной сети клиник Linline), Сергей Балакирев (директор медийного агентства AMG) и даже мэр города – Евгений Ройзман. Проект является местом качественного нетворкинга в Екатеринбурге и Свердловской области.

Посетив площадки для знакомства и создания новых полезных связей, не только сократит время в поиске контактов, клиентов, работодателей, работников, но и поможет усовершенствовать свои профессиональные навыки, которыми в будущем можно будет поделиться со своими коллегами, что, конечно же, не останется не замеченным.

Впрочем, встретить коллегу или потенциального клиента можно где угодно: хоть в театре, хоть в метро, хоть в родном подъезде. Поэтому нетворкинг призывает нас быть вежливыми и приветливыми всегда и везде, а не только в специальных местах. Особенно это касается профессиональной деятельности. Нужно проявлять себя с лучшей стороны: тогда коллеги будут рекомендовать вас как профессионала. Даже если вы не собираетесь задерживаться на долго в компании, не нужно пренебрегать хорошими отношениями с коллегами, кто знает как еще повернется судьба и в будущем именно эти люди будут вам нужны и полезны как нельзя кстати.

Общение и доброжелательность далеко не единственные пути в достижении карьерного роста. Важно обращать внимание и на такие мелочи как своевременные ответы на письма, выполнение данных ранее обещаний, поздравления с днями рождения и памятливыми датами. Хотя некоторые моменты ни как не касаются рабочих процессов, но соблюдение элементарной этики, можно удивиться, на сколько важно внимание со стороны для других людей.

Так для чего же нужно все то, что написано выше: посещать различные профессиональные площадки, заводить знакомства, сохранять связи для будущего? Набравшись опыта полезной информации и контактов, цена такого сотрудника увеличится в несколько раз. Применяя нетворкинг, каждый раз не забывайте, то что более удачны те люди и фирмы, которые заслуживают доверия людей. А для того чтобы добиться взаимодоверие, нужен не один день. Для вас следует достичь решительности иных людишек, формируя долговременные взаимоотношения. Только лишь в таком случае у вас появятся новые клиенты, рекомендованные людьми, с которыми вы наладили взаимоотношения с помощью нетворкинга.

Библиографический список

1. *Д'Суза С.* Великолепный нетворкинг. Что нужно знать, делать и говорить, чтобы построить блестящую сеть деловых контактов. СПб.: ИГ «Весь», 2013.
2. *Грант А.* Отдавать и получать. М.: Юнити-Дана, 2013.

Научный руководитель *В. М. Шаранова*

Внедрение профессиональных стандартов в практику работы с персоналом государственных учреждений

Аннотация. В статье рассматриваются особенности введения профессиональных стандартов в России. Автор приводит общую характеристику нормативного регулирования профессиональных стандартов и примерный перечень действий, необходимых для их введения в конкретных организациях, а также выявляет специфику введения профессиональных стандартов в государственных учреждениях.

Ключевые слова: профессиональные стандарты; кадровый потенциал; квалификация работников; управление персоналом; государственные учреждения.

Одним из существенных изменения, появившихся в трудовом законодательстве в 2016 г., является введение профессиональных стандартов. В соответствии со ст. 195.1 ТК РФ под профессиональным стандартом понимается характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности, в том числе выполнения определенной трудовой функции. Все имеющиеся профессиональные стандарты можно строго подразделить исходя из критерия их нормативной обязательности на две группы [2, с. 790–792]:

обязательные для применения профессиональные стандарты, на что имеется специальное указание в федеральном законодательстве (это относится к государственным и муниципальным служащим, главным бухгалтеров, педагогов, медиков и др.). За нарушение данного требования возможно привлечение к административной ответственности по ст. 5.27 КоАП РФ «Нарушение трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права»;

рекомендательные профессиональные стандарты.

Вопрос о начале применения конкретными работодателями профессиональных стандартов является весьма сложным по причине отсутствия нормативно закреплённого порядка действий и детальных методических рекомендаций. На наш взгляд работодатели должны придерживаться следующего алгоритма действий:

1) сверка квалификационных требований профессионального стандарта с уровнем компетентности своих работников;

2) прекращение трудовых отношений с работниками, не соответствующими необходимым требованиям по обстоятельствам, не зави-

сящим от воли сторон согласно п. 13 ч. 1 ст. 83 ТК РФ (увольнение по данному основанию возможно лишь в случае нормативной обязательности применения профессионального стандарта);

3) приведение локальных актов организации в соответствие с профессиональным стандартом.

При наличии особенностей применения профессиональных стандартов, предназначенных для отдельных видов организаций, установленных на основании Правительства РФ, работодателям следует придерживаться специально установленного порядка [1, с. 120].

Для ряда государственных организаций сделано исключение из общего правила – им разрешено повременить с введением профессиональных стандартов до 1 января 2020 г. Необходимость этой меры обусловлена следующим:

государственные организации созданы для реализации государственной политики, поэтому в случае даже небольшого сбоя в их функционирования могут возникнуть серьезные социальные последствия;

в государственных организациях нет той кадровой гибкости, которая имеется в частном секторе;

средний уровень заработных план в государственном секторе ниже аналогичного уровня в частном секторе, что приводит к определенным кадровым затруднениям.

Целью отсрочки введения профессиональных стандартов является возможность полноценной подготовки к вносимым ими изменениям, поскольку во многих государственных организациях нужно будет задуматься о повышении квалификации своих работников, что требует времени [2].

Подготовка должна осуществляться в форме разработки и реализации соответствующего плана, который должен включать в себя следующие разделы:

список профессиональных стандартов, подлежащих применению;

сведения о необходимости получения работниками организации в соответствии с предъявляемыми к ним квалификационными требованиями получения образования и дополнительного образования;

этапы применения профессиональных стандартов;

перечень локальных актов, в которые необходимо внести изменения.

Нормативно установленный срок начала разработки плана, его принятия, времени завершения этапов не установлен. Однако сказано, что данные мероприятия должны быть выполнены до 1 января 2020 г. Успеют ли государственные организации принять и выполнить план до обозначенной даты, точно сказать нельзя (особенно беря в расчет уже имеющийся российский опыт – так, мораторий на применение положения об обязательном наличии у судебных приставов высшего юридиче-

ского образования был продлен по причине того, что органы ФССП не смогли укомплектовать свой штат соответствующим образом). В том случае, если к 2020 г. требования выполнены не будут, то возможно продление срока реализации плана, что возможно на уровне Правительства РФ, либо придется привлекать к административной ответственности по ст. 5.27 КоАП РФ нерадивых работодателей, что по сути будет являться, учитывая их государственный характер, переложением денег из одного кармана в другой.

В общем и целом профессиональные стандарты являются элементом национальной системы квалификаций, в которую также должна входить система оценки квалификаций [3, с. 260]. Это означает необходимость реформирования современного института аттестации работников, что широко обсуждается на законодательном поле [4]. Однако уже сейчас работникам, которые не согласны с той квалификацией, которую определил для них работодатель, предоставляется право пройти независимую оценку квалификации, и решение квалификационной комиссии будет обязательно для работодателя (ФЗ О независимой оценке квалификации), поскольку работнику будет выдано свидетельство о квалификации. Также на независимую оценку квалификации может отправить сам работодатель с согласия работника [5, с. 803].

Таким образом, с введением профессиональных стандартов положено начало деятельности по унификации российского рынка труда, что является одной из стратегических мер, направленных на стабилизацию экономической ситуации, а дифференцированный подход отвечает запросам и современному состоянию отечественной экономики.

Библиографический список

1. *Коковихин А. Ю.* Механизмы и институты управления человеческими ресурсами в формировании инвестиционного климата на национальном и региональном уровне // Известия Уральского государственного экономического университета. 2016. № 6(68).
2. *Коковихин А. Ю., Иваицкий В. П.* Социально-экономические механизмы в управлении компетенциями на региональном уровне // Сибирская финансовая школа. 2016. № 6.
3. *Коковихин А. Ю.* Механизмы финансирования независимой оценки квалификаций // Вестник НГУЭУ. 2016. № 3.
4. *Управление компетенциями: структура, институты, механизмы: монография* / под общ. ред. Р. М. Нижегородцева, С. Д. Резника. М.; ИНФРА-М, 2016.
5. *Федорова А. Э., Каташинских В. С., Дворжакова З.* Прекаризация трудовых отношений как фактор социального загрязнения // Экономика региона. 2016. Т. 12, вып. 3.

Научный руководитель *А. Ю. Коковихин*

Направление 04. Философия, культура и ценностный мир человека как жителя региона

А. В. Богатова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Образование «Сделано в Германии» (Made in Germany)

Аннотация. Данные тезисы посвящены теме «Образование в Германии». Особое внимание уделяется системе образования, имеющей международный статус. Она интернациональна и элитарна по своему содержанию. Ее главное достоинство – открытость для диалога и интеграции.

Ключевые слова: образование; интернационализация; элитарность; ко-операция; дуальная профессиональная подготовка.

Новые направления в сфере немецкого образования – это вузы, ориентированные на международный уровень (интернационализацию), немецкое профессиональное обучение, которое является образцом для многих стран и разветвленная сеть иностранных школ. Примером интернационализации образования является университет имени Гете во Франкфурте-на-Майне. Это относительно новый университет, которому в 2014 г. исполнилось сто лет. Он относится к 20 немецким вузам, наиболее привлекательным для иностранных студентов: седьмая часть от общего количества в 42 110 студентов имеют заграничный паспорт.

Франкфурт является хорошим примером перемен, которые пережила немецкая вузовская сфера за прошлые годы. Девиз университета во Франкфурте – «Мы хотим быть Гарвардом-на-Майне». Университет полностью разделяет с другими вузами направления на интернациональность и элитарность. Интернационализация – это тема, которая вдохновляет все немецкие университеты. В зимний семестр 2013–2014 гг. более 300 000 иностранных студентов были зачислены в немецкие вузы – это соответствует 11,5% от общего количества студентов Германии. Что касается элитарности, то она достигается за счет кооперации. К «элитарным немецким университетам» относятся университеты в Аахене, Берлине, Дрездене, Кельне, Гейдельберге, Тюбингене, Констанце и Мюнхене.

Германия после США и Великобритании является третьей по популярности страной у студентов. 90% учебных программ были преобразованы в стандарты бакалавриата и магистратуры, которые распространены в большинстве стран мира. Среди более 6 000 программ бакалавриата и 5 000 программ магистратуры насчитывается около ты-

сячи английских предложений, некоторые из них также на французском, итальянском и китайском языках. Многие кандидатские и аспирантские программы ориентированы на умные головы из-за рубежа.

Статистика конференции ректоров вузов показывает, что немецкие специализированные университеты располагают проектами сотрудничества с иностранными вузами. 16 немецких университетов имеют более 400 партнерских проектов с иностранными вузами, а еще 10 от 300 до 400 проектов. Многие международные исследования демонстрируют привлекательность системы немецкого образования.

Германия понимает интернационализацию образования не в качестве «одностороннего движения». Она рассматривает экономическое партнерство, как создание немецких домов науки и центров элитарного опыта за рубежом. Многочисленные немецкие университеты продвигают изучение немецкого образования и основание вузов по немецкому образцу за рубежом. Такие учебные заведения есть уже в Египте, Китае, Иордании, Казахстане, Омане, Сингапуре, Венгрии, Вьетнаме и Турции. Половина всех немецких студентов уже к 2020 г. должна получить опыт за рубежом, в настоящее время это только 30%.

Основной задачей немецких вузов является «экспорт» учебных курсов за рубеж. Они выступают за элитарное образование «сделано в Германии». Партнерские школы позволяют молодым людям за границей получать доступ к немецкому языку и образованию.

Для выпускников средних школ в Германии, которые не хотят получать высшее образование, выбором является «дуальная профессиональная подготовка». Дуальная означает сочетание 2–3,5 лет непрерывной практической подготовки на предприятии и параллельное техническое обучение в профессиональной школе. Дуальное образование по немецкой модели стало успешным продуктом экспорта образования. Этот формат считается рецептом против постоянно увеличивающейся безработицы среди молодежи, которая в Германии находится на низком уровне. Наряду со странами Европейского Союза в обучении по данной модели заинтересованы также Китай, Индия, Россия и страны Латинской Америки.

В настоящее время правительство Германии инвестирует в образование и науку так много, как никогда раньше. Бюджет, направленный в эти сферы, увеличивается из года в год и составит к 2017 г. более 20 млрд евро.

Итак, все ли является «золотым» в системе образования Германии? Наряду с гордостью к хорошей системе и успешно проложенному пути в интернационализацию имеются также много вызовов: интеграция мигрантов, образование для детей из социально уязвимых семей, развитие школ продленного дня и вопрос о получении аттестата после 12 или

13 школьных лет. Повод для дискуссии о системе образования – это взгляд на его международный уровень и на решения, найденные другими странами в данных проблемах. Без международного обмена в настоящее время не обойтись.

Научный руководитель *А. М. Комова*

А. И. Гайсина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Сетевой университет: глобальный игрок образования

Аннотация. Университет имени Юстуса Либига идет в ногу с интернационализацией образования и науки, тем самым укрепляя свои позиции на международной арене. Развитие сети для вуза – это необходимый фактор для дальнейшего прогресса в информационное будущее.

Ключевые слова: международная сеть; глобализация образования; сетевой университет; международный менеджмент; глобальный игрок; интернационализация образования.

Для вузов Германии международная сеть – это обязательная программа. Кто хочет идти в ногу с глобализацией образования, должен поддерживать и углублять всемирные контакты. Примером этому является университет имени Юстуса Либига в Гиссене (ФРГ). Партнерские отношения этого университета с иностранными вузами открыты для студентов всех факультетов.

Гиссенский университет имени Юстуса Либига был основан в 1607 г. Это один из старейших университетов немецкоязычной части Европы. Университет в Гиссене имеет высший международный менеджмент с примерно 100 зафиксированными партнерами на всех континентах. Международный обмен студентами и преподавателями является обязательным фактором. В транснациональных сетях немецкие эксперты обсуждают актуальные темы современности.

В немецких вузах растет международная бурная сеть, которая все больше разветвляется и в буквальном смысле опоясывает весь мир. «Вузовский компас» немецкой конференции ректоров вузов отметил в 2016 г. более 31 500 международных коопераций в 300 немецких вузах с 5205 зарубежными вузами в 153 государствах мира. «Глобальный игрок» из Гиссена, города с примерно 8 500 жителями, показывает пример того, какое сильное влияние оказывает интернационализация в сфере образования и науки.

Интернационализация образования не является самоцелью или отдельно по себе стоящей целью. Она означает сочетание связи местной и региональной ответственности и международной сети. В качестве

«движущей силы» интернационализации рассматривается глобальная конкуренция между вузами и системами высшего образования, включая новые центры в международной научной системе, а также демографические изменения и связанная с ними «охота за талантами». Главной задачей университета является ответственность вуза за глобальные вопросы будущего, такие как: изменение климата, энергетический кризис и миграция, и не в последнюю очередь подготовка молодых людей в глобализованные профессиональные области.

Международная сеть для современного университета является не произвольной, а обязательной программой. Университет в Гиссене уже давно имеет дифференцированную концепцию. 2016 г. появилась «Стратегия интернационализации 2.0». В ней университет стремится к интернационализации образования и к дальнейшему профилированию в мировой конкуренции. Студенты и преподаватели извлекают пользу от обучения за границей и проводимых там научных исследований. Все вышеперечисленные факторы указывают, что сетевым университетам принадлежит будущее.

Научный руководитель *А. М. Комова*

А. А. Гилина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Ценности студента XXI века

Аннотация. Рассматриваются ценности молодежи в XXI столетии. На материале опроса студентов Уральского государственного экономического университета сделана попытка выявить приоритеты в воззрениях современных юношей и девушек.

Ключевые слова: ценности; студент, молодежь, опрос.

Как мы представляем современных студентов? Все они обладают разными стремлениями, навыками, знаниями, а самое главное - разными ценностями. Именно из-за многообразия характеров и интересов мы не можем однозначно составить единый портрет современного студента. Актуальность темы о ценностях поколения, за которым стоит будущее, всегда была одно из первых для многих исследователей. Являясь тем самым поколением, авторов исследования заинтересовали его результаты. Что более ценно для студентов успеваемость или личная жизнь, компьютер ценен как средство общения или благодаря ему поступает новая информация, насколько важно благосостояние для студента и каким образом он обеспечивает себя. Авторы данной работы постарались определить и выявить ценности учащихся в Уральском

Государственном Экономическом Университете, на основе статистических данных, выявить главные из них.

Обращаясь к истории, попытаемся понять, отличается ли мировоззрение студента прошлого от студента настоящего. В советский период студент не имел возможности выделяться, все обладали одинаковым статусом и не отличались наличием дорогих игрушек (например: автомобили, телефоны и прочее). После окончания вузов каждый был обеспечен стабильной работой по специальности. Высшее образование было не просто звуком. Все вели примерно равноценное существование. В период распада СССР и перестройки люди не думало о том, что система ценностей перевернется с ног на голову. Ученые, инженеры, врачи, учителя перестали цениться в обществе. Авторитет приобрели совсем другие профессии. Сегодня наши родители стараются дать своим чадам все, чего их лишила судьба, ограждая их от жизненных трудностей, взваливая проблемы на собственные плечи. Вспоминая собственное обездоленное детство, родители чрезмерно балуют отпрысков последними новинками техники, одевают в дорогую одежду, чтобы любимый ребенок был не хуже других. Однако последствия такого воспитания дают свои негативные результаты. Нынешняя молодежь отличается инфантилизмом и крайней привязанностью к материальным благам [2].

Но не стоит забывать и о достоинствах современного студента. Например, современные студенты динамичны, талантливы и легко обучаемы. Широкий доступ к различной информации способствует развитию их познавательной способности. В то же время молодежь сегодня эмоционально не устойчива, малейшие трудности могут привести к затяжным депрессиям. Больше ценится внешняя атрибутика человека, чем его внутренний мир. Моде подвержены абсолютно все и вся. Важность придается таким вещам, как шикарные машины, телефоны известных марок и тому подобное.

Всем понятно, что молодое поколение – это будущее любого общества. Общество сейчас очень нестабильно. Трансформации, которые происходят в настоящее время в различных сферах жизнедеятельности общества, приводят к корректировке устоев. Социологические исследования ценностных ориентиров студенческой молодежи последнего десятилетия, показывают, что сейчас формируется тип личности, характерный для западного общества – личности, которая, прежде всего, ценит себя и считает, что ее деятельность, успех в жизни зависит именно от нее [1].

С одной стороны, это хорошо, ведь ориентация на собственные силы и ум, дают установку на высокие жизненные цели, и требует огром-

ной работы над собой, настойчивого овладения знаниями и умениями, с другой – при выполнении этих задач сформируется человек, который сможет переступить через все ради достижения своей цели. Все это, свидетельствуют об изменении ценностей: с социально ориентированных на индивидуально ориентированные.

Современному студенчеству свойственны инициатива, предприимчивость, склонность к риску, ценности саморазвития, самосовершенствования; для них ценно образование, обучение. Основной трудовой установкой все же остается материальное благополучие. Достаточно высоко оценивая значимость интересной и престижной работы, студенты считают, что для ее получения необходимо иметь высокую квалификацию. Эту же тенденцию мы можем наблюдать и в 2017 г.

Именно поэтому, особое место сегодня занимает анализ морально-нравственных ценностей современной молодежи. Как отмечают социологи ИС РАН, нравственный стержень молодежи достаточно неустойчив, что обуславливает ее большую уязвимость в отношении развития моральных и нравственных норм и ценностей. То есть для получения желаемого люди могут пойти на все, не отдавая себе отчет, что действительно уместно, а что нет.

Социологические исследования среди студентов 2010–2012 гг. выявили существенные гендерные различия в базовых ценностях студентов: современные ценности свободы, инициативности, предприимчивости, готовность к риску, поиску нового в работе и жизни, гедонизм в большей мере свойственны юношам; для девушек в большей мере значимыми были семья, здоровье, общение и работа. Так, для юношей оказались более значимыми независимость, индивидуальность, а также гедонистические ориентации; для девушек – семья и работа [2].

У большинства студентов доминируют прагматические мотивы в отношении работы: много работать и хорошо зарабатывать (ценности материализма по Р. Инглхарту).

Наша исследовательская группа проводила пилотное исследование среди студентов Уральского Государственного Экономического Института в возрасте от 19 лет до 21 года. Опрос, состоящий из 12 вопросов, был проведен в марте 2017 г. Было опрошено 30 чел. из них 19 девушек и 11 – юноши. Первый и один из главных вопросов – что ставят в приоритет студенты. Из предложенных вариантов (среди которых были: учеба, личная жизнь, спорт и другое) оценки учащихся распределились так: для 13 человек на первом месте стоит учеба, а у 12 – личная жизнь. Не слишком большие различия, удивляет то, что для 53% девушек на первом месте личная жизнь, на втором месте (32%) – учеба, затем для 10% – важны друзья. Юноши же в приоритет ставят учебу, она важна для 64% опрошенных, для остальных 36% ра-

бота и личная жизнь одинаково важны. Почему же получилось так, что именно молодые люди с большой ответственностью относятся к учебе, потому что 91% опрошенных юношей сами выбрали место для получения высшего образования, когда 79% девушек ответили, что поступили в институт по обстоятельствам или вместе с друзьями. К тому же 50% из опрошенных девушек уже работает или подрабатывают. Здесь мы можем рассмотреть вопрос о материальных ценностях, они важны. Но только 8 чел. из 30 ставят в приоритет свою будущую заработную плату. Для 74% девушек и 55% юношей работа. В первую очередь должна быть интересна! Этот же результат подтверждает то, что почти всем из опрошенных хватает карманных расходов. Естественно важен и успех, которого хотят добиться все опрошенные и из того что именно для них значит успех мы можем понять и их ценности. Для 48% девушек успех – творческая самореализация, а для 55% парней – наличие достаточного количества денежных средств и только для 3 чел. успех ассоциируется с общественным признанием. То есть, можно сказать о том, что нынешнему поколению не так важно мнение окружающих. Для девушек главная ценность – это самореализация, а для молодых людей – способность обеспечить себя в будущем. Еще одна ценность всего современного мира это компьютер, и ценен он тем, что для всех опрошенных – это средство общения между собой, а где именно общаются наши студенты чат игры, кружок садоводов или социальная сеть, это не важно.

В заключении хочется сказать, что в нашем не большом исследовании мы не выявили общей тенденции. Но с уверенностью можем сказать, что сейчас студенты не гонятся за красивыми вещами и предметами роскоши. Важнее для них собственная самореализация, общение со сверстниками и развитие, как духовное, так и физическое.

Библиографический список

1. *Ковтунович М. Г.* Анализ жизненно-смысловых ценностей студентов-менеджеров и менеджеров-профессионалов /- Социально-экономические и психологические проблемы управления: сб. науч. ст. по материалам I (IV) Междунар. науч.-практ. конф., проходившей в Московском городском психолого-педагогическом университете. М.: МГППУ, 2013. Часть 1.
2. *Рожкова Л. В.* Модернизационные ориентации и ценности современной студенческой молодежи: монография. Пенза: Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2011.
3. *Рожкова Л. В., Кошарная Г.Б.* Трансформация базовых ценностей современной студенческой молодежи // Вопросы современной науки и практики. 2012. № 3(41).

Научный руководитель *А. М. Тихомирова*

Проблема «безбилетника»

Аннотация. Статья описывает наиболее популярную в современном обществе проблему – «проблему безбилетника». В центре внимания находятся первоисточники данной проблемы. Статья предлагает наиболее оптимальный метод решения и описывает выводы по данной проблеме.

Ключевые слова: альтруизм; эгоизм; социальная проблема; личный интерес.

Описание общественной проблемы желания жизни за чужой счет, обзор причин возникновения и способа устранения.

Сторонники вмешательства со стороны правительства зачастую утверждают, что именно это необходимо для разрешения «проблемы безбилетников». Действительно, Митт Ромни назвал его страховой мандат в штате Массачусетс «надбавкой за безбилетников»

Википедия описывает «проблему безбилетника», как: «в экономике, ведении коллективных переговоров, психологии и политологии, безбилетником (или нахлебником) является тот, кто пользуется преимуществами деятельности, не заплатив за нее. Безбилетник способен на уклонение от оплаты выполняемых усилий и затрачиваемых ресурсов, а также возложить оплату его/ее деятельности на других. «Проблема безбилетника» является вопросом о том, как ограничить вышеописанные ситуации и минимизировать их негативные последствия.

Удивительно, что «проблема безбилетника» не проявляет себя, когда дело касается частного бизнеса. Приведем пример. Посещение общественных парков является абсолютно бесплатным времяпрепровождением и каждый посетитель не только не приносит владельцам никакой прибыли, но в теории может причинить материальный ущерб. В то же время тематические парки Диснея свободно предоставляют доступ лишь тем лицам, кто готов выплатить стоимость входного билета. Как показано на примере, «проблема безбилетника» возникает исключительно при участии правительства.

Редко в рядах общественности проскакивает мысль о том, что те, кто не платит налог на медицинское страхование, являются бременем для более ответственных и менее ограниченных в средствах налогоплательщиков. Это не может не наводить на интересный вопрос: правильно ли, что нас заставляют платить за медицинское обслуживание тех, кто не может оплатить его самостоятельно? Нет! Никто не должен быть вынужден платить за что-либо против своего собственного суждения. Если правительство перестанет заставлять всех своих

граждан платить за медицинское обслуживание нуждающихся, «проблема безбилетника» в области здравоохранения исчезнет, как страшный сон.

Продолжая тему об отмене налогов. При отсутствии принуждения со стороны правительства, альтернативой налогов стали бы добровольные взносы для поддержания государственного финансирования. Как правило, реакцией на подобное заявление служит следующее: «Если бы финансовая поддержка государства осуществлялась на добровольной основе, его бы никто не поддерживал». Подобное утверждение в корне неверно как с фактической, так и философской стороны вопроса.

Фактически, даже с нынешней, крайне гнетущей системой налогообложения, миллионы людей оказывают добровольную поддержку основным предписанным законодательством функций правительства: полицейские участки, суды, военные части. Миллионы граждан Америки поддерживают работу полицейских участков посредством вливания своих денежных средств в ООО (Объединение Организаций Обслуживания) и сотни иных компаний. Рациональные индивидуумы признают ценность всех тех услуг, что предоставляет нам государство, и охотно и вполне добровольно оказывают ему финансовую поддержку.

Но что можно сказать о тех, кто решил не оказывать правительству никакой поддержки, в том числе и финансовой? Разве их нельзя считать «безбилетниками»? Разве они не получают от правительства все те блага, за которые мы отдаем свои деньги, совершенно бесплатно? Да, именно так. Но давайте разберем, почему именно это является проблемой.

Если кто-то грабит моего соседа, в моих личных интересах поимка и последующее наказание грабителя, причем вне зависимости от того платил ли мой сосед налог, который поддерживает работу полиции, или нет. Сегодня жертвой был мой сосед, но если преступник так и останется на свободе, то следующей жертвой могу стать я. Иными словами, нарушение прав моего соседа является прямой угрозой мне, и я определенно заинтересован в устранении подобных угроз.

Философские корни «проблемы безбилетника» уходят в такое понятие, как альтруизм. Согласно принципу альтруизма, у каждого из нас есть моральный долг в самоотверженном служении другим. Таким образом, налогоплательщики вынуждены платить за медицинское обслуживание бедных и нуждающихся. Они же, в свою очередь, становятся «безбилетниками».

Помимо этого, согласно альтруизму, эгоизм представляет собой череду жертвоприношений: жизнь требует жертв, и единственной неразрешенной проблемой остается лишь то, кому в итоге суждено ей быть.

Следовательно, альтруисты считают, что эгоистичные люди не будут добровольно вносить свой вклад в поддержку правительства, а значит, их нужно заставить это сделать. Как я уже упоминал ранее, это утверждение заведомо ложно. Эгоистичный индивидуум ценит правительство, которое защищает его права, и он определенно будет добровольно платить за дальнейшую защиту своих прав.

Как и практически все существующие политические проблемы, истинной причиной «проблемы безбилетника» является избыток моральных соображений. Мы можем решить ее не с помощью государственного принуждения, но отказом от моральных принципов, на которых она основывается.

Научный руководитель *Е. А. Шемякин*

А. С. Иванова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Исследование ценностного мира студентов экономической специальности

Аннотация. В статье обосновывается актуальность изучения ценностного мира студенческой молодежи. Обсуждаются результаты проведенного автором исследования ценностей студентов экономической специальности. Рассматриваются варианты мотивации молодых сотрудников с опорой на доминирующие ценности. Предлагается использование технологии коучинга для лучшего осознания личных ценностей.

Ключевые слова: ценности; молодежь; мотивация персонала; теория поколений.

Современная молодежь, только начинающая свой профессиональный путь, несомненно, отличается от всех предшествующих поколений. Условия, в которых выросли молодые люди, подходы к воспитанию, компьютеризация – все это оказало огромное влияние на формирование их ценностного мира. Ценности оказывают влияние на выбор целей и способов действий в личной и профессиональной сфере, их изучение помогает более гибко планировать карьерное развитие и создавать эффективную систему мотивации персонала [1]. Ценностный мир человека – это личностная структура, складывающаяся как иерархическая система ценностей, определяющая направленность активности человека (поведения и деятельности), его будущее. Ценность – то, чему человек осознанно назначает высокую цену, чем дорожит и ради чего готов жертвовать чем-то другим, платить усилиями, временем или деньгами. Это то, в безусловную важность чего человек верит, ра-

ди чего он живет, к чему стремится и чем руководствуется в своих выборах¹. Исследованию ценностей человека посвящено множество научных работ. Изучением данного вопроса занимались выдающиеся зарубежные и отечественные ученые в области психологии, философии, социологии: А. Маслоу, Г. Олпорт, В. Франкл, Ш. Шварц, У. Билски, Б. Ф. Ломов, В. П., Тугаринов, И. С. Нарский, Е. А. Климов и др.² Ценностный мир различных поколений наиболее полно был описан в теории поколений Штрауса-Хоува. В российской адаптации выделяется шесть поколений: величайшее поколение, молчаливое поколение, «бэби-бумеры», поколение X (неизвестное поколение), поколение Y (поколение миллениума) и поколение Z [3]. В настоящее время основная часть уже занятого населения, студенты и выпускники вузов являются представителями поколения Y (1984–2000 гг. рождения). Поэтому для эффективного использования человеческих ресурсов стоит учитывать, на что ориентированы представители данного поколения, и что нужно делать работодателям для получения максимальной отдачи. В связи с этим исследование ценностей студенческой молодежи является чрезвычайно актуальным.

Для исследования нами был применен один из вербальных проективных тестов «Определение жизненных ценностей личности («Must-тест»), разработанный П. Н. Ивановым и Е. Ф. Колобовой. Данный тест предназначен для определения жизненных ценностей личности. Основой для его создания являются традиции гуманистического направления, согласно которым личность – продукт социализации, она формируется благодаря усвоению социальных норм, принятых в данном социуме. Респондентам предлагается по шесть раз продолжить каждую из фраз, чтобы получились законченные предложения: «Я непременно должен...», «Я не могу терпеть...» и «Ужасно, если...»³. Предложенная методика позволяет определить 15 жизненных целей-ценностей.

В тестировании приняли участие 20 студентов Уральского государственного экономического университета, обучающихся по специальности Управление персоналом, в возрасте от 19 до 23 лет. В ходе обработки ответов респондентов, были получены средние баллы по жизненным ценностям:

¹ Козлов Н. И. Ценность. URL: <http://www.psychologos.ru/articles/view/cennost> (дата обращения: 27.03.2017).

² Яницкий М. С. Ценностные ориентации личности как динамическая система. URL: <http://hpsy.ru/public/x2753.htm> (дата обращения: 29.03.2017).

³ *Определение* жизненных ценностей личности (Must-тест). URL: <http://vsetesti.ru/18> (дата обращения: 29.03.2017).

Автономность	6,3
Личностный рост	5,8
Привязанность и любовь	4,4
Межличностные контакты и общение	4,2
Свобода, открытость и демократия в обществе	2,1
Безопасность и защищенность	1,9
Материальный успех	1,5
Здоровье	1,1
Богатство духовной культуры	0,8
Чувство удовольствия	0,7
Власть и влияние	0,6
Служение людям	0,5
Привлекательность	0,5
Известность	0,2
Богатая духовно-религиозная жизнь	0,0

Проанализировав результаты можно сделать вывод, что преобладающей ценностью, выявленной у данной группы респондентов, является «автономность» – потребность делать то, что сам человек считает важным, не зависеть от мнения окружающих. На данную ценность студентов указывали такие предложения, как: «Я непременно должен иметь собственное дело», «Я не могу терпеть, когда мне указывают, что делать», «Ужасно, когда не можешь делать то, что хочешь» и т. п.

Также большое внимание в ответах респондентов уделяется «личностному росту» – стремлению развить себя как личность и профессионала. Ценность проявилась в следующих предложениях: «Я не могу терпеть, когда человек плохо выполняет свою работу», «Я непременно должен получить второе высшее образование», «Я непременно должен достичь своих целей» и т. п. Важными ценностями также являются: «привязанность и любовь» (потребность быть привязанными к какой-либо группе), а также «межличностные контакты и общение» (потребность чувствовать себя частью какой-либо группы, иметь свой круг общения). На наличие данных ценностей указывали следующие утверждения: «Ужасно, если умерли родители», «Я непременно должен чаще бывать в родном доме», «Ужасно, если весь мир против тебя», «Ужасно, если некому выговориться» и т. п. Наименее выраженными ценностями у респондентов оказались: служение людям, привлекательность и известность. Такая ценность как, богатая духовно-религиозная жизнь у студентов не была выявлена.

Руководствуясь результатами проведенного исследования, целесообразно предложить некоторые эффективные способы мотивации студенческой молодежи. Одним из таких способов является возможность выбирать работу по интересам, т. е. возможность самореализации. Это может быть постановка интересных задач, предоставление определенного уровня самостоятельности и свободы в принятии решений. Хорошей мотивацией может служить возможность развиваться и обучаться

внутри компании: проведение мастер-классов, бизнес-тренингов и деловых игр, выступления экспертов. Важным в любой организации является общение внутри коллектива. Формирование командных проектов, доверительные отношения между начальством и подчиненными оказывают непосредственное влияние на эффективность работы сотрудников и поддерживают важные для молодежи ценности.

На сегодняшний день в области управления персоналом активно развиваются различные технологии, в том числе и по работе с ценностями сотрудников, среди них особенно выделяется коучинг [2]. При помощи коучинга человек может осознать свои истинные ценности и сформировать на их основе цели, который помогут ему достичь личной и организационной эффективности.

Библиографический список

1. *Коропец О. А.* Карьерно-личностное целеобразование на этапе профессионального обучения // Современное образование в России и за рубежом: теория, методика и практика: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 31 дек. 2016 г.). Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016.

2. *Коропец О. А.* Применение технологии коучинга в карьерном ориентировании студентов // Новое слово в науке: перспективы развития: материалы X Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 31 дек. 2016 г.). Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. № 4 (10).

3. *Шамис Е., Никонов Е.* Теория поколений: необыкновенный Икс. М.: Изд-во МФПУ «Синергия», 2016.

Научный руководитель *О. А. Коропец*

Я. А. Карошин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Культурная и ценностная система университетов Германии как центр привлечения иностранных студентов

Аннотация. Германские университеты имеют большую популярность среди иностранных студентов по сравнению с университетами других стран. В статье подчеркиваются плюсы и минусы обучения в вузах Германии.

Ключевые слова: университеты; обучение; студенты; престижность; иностранцы; условия обучения; требования.

Еще первые античные университеты являлись местом для встречи ученых из разных стран. Ученые и исследователи больше ориентируются на международную мощь и влияние страны, нежели на ее грани-

цы. Как сегодня выглядят университеты в Германии с международной точки зрения?

Чем университеты в Германии привлекают иностранных студентов? Являются ли языковые, бюрократические барьеры и высокие требования к обучающимся причинами, которые затрудняют обучение в Германии? Анализ международных результатов показывает, что привлекательность немецких университетов имеет более скромные результаты, чем английских или американских. Хотя, без сомнения, и немецкие университеты имеют притягательность для иностранных студентов. Однако сложно однозначно ответить на вопрос: в чем заключается их привлекательность. Ведь у каждого студента есть свои предположения и представления об учебе в Германии. К бюрократическим барьерам в университетах в Германии относятся визовые инструкции, при определенных обстоятельствах наличие вида на жительство или разрешение на работу, наличие или отсутствие различных материальных возможностей финансирования учебы, а также признание международных договоров.

Эти общие рамочные условия в последние годы значительно меняются. Так, например, улучшилась ситуация с признанием оценок и результатов учебы в отечественных вузах в результате признания Болонского процесса, который среди прочего определил переход на единую европейскую систему бакалавриата и магистратуры.

«Германия становится выбором номер один для иностранных студентов», – говорится в пресс-релизе бундесминистерства образования и науки в январе 2014 г. Германские университеты стали еще привлекательнее для них в последние годы относительно доступности информации о возможностях пребывания, финансирования обучения и вопросах обращения с органами власти, сообщает немецким студенческим профсоюзом (2015 г.). В сравнении с последним опросом, проведенным данной организацией, 61% иностранных студентов выбрали бы Германию местом обучения (в 2009 г. их количество составляло лишь 47%).

Улучшенные условия для приезжающих учиться способствовали увеличению числа иностранных студентов в вузах Германии. С 2003 по 2013 г число иностранных студентов в немецких университетах увеличилось, согласно исследованию, проведенному службой DAAD – Германской Службы академических обменов – и Немецкого центра научного исследования, на 16%.

В среднем каждый десятый студент немецкого вуза – это иностранец. В настоящее время 35% иностранных студентов приезжают из Азии, 27% – из Восточной Европы, 19% – из Западной Европы, 10% –

из Африки, и 8% – из Америки. Причем, Китай занимает 1-е место среди стран, отправляющих студентов на обучение в Германию.

Федеральное правительство Германии выступило с инициативой «Элита», которая предполагает целенаправленное содействие отдельным университетам в областях науки и образования и международной конкурентоспособности. Университет им. Людвига Максимилиана в Мюнхен, Технический университет Мюнхена и Рейнско-Вестфальский технический университет в г. Аахен согласно рейтингу, проведенному ежедневной британской газетой «The Times» принадлежат к 10 немецким университетам, вошедшим в топ-лист 200 лучших университетов мира. Они получили титул «Элитный университет». Привлекательность этих трех университетов укрепляется и за счет участия иностранных студентов, составляющих более 15% обучающихся в них, что значительно выше среднего показателя по вузам.

Дискуссии по вопросам престижности, а также преимуществ и недостатков обучения иностранцев в Германии проводятся в рамках группы сообщества

«Обучение и исследование». Там можно найти много отзывов выпускников университетов Германии и ответы на вопрос: «Почему вы решили учиться в Германии?».

Научный руководитель *Г. Н. Монахова*

В. Д. Ковзик

Уральский государственный экономический университет г. Екатеринбург

Международное образование и глобальное взаимопонимание

Аннотация. Тезисы рассматривают влияние сферы высшего образования на международное сотрудничество. В них указываются инструменты, с помощью которых формируется международное взаимопонимание. В результате подчеркивается вклад, который вносит высшее образование в развитие и укрепление международных отношений.

Ключевые слова: международное высшее образование; научная дипломатия; международное сотрудничество; «мягкая власть»; международные отношения.

Интернационализация стремительно меняет глобальную картину образования. Взгляд на мировые отношения в сфере высшего образования показывает, как сфера образования влияет на отношения между государствами. В последние два десятилетия произошли большие изменения в области международного образования и добавились важные

новые задачи. Не только студенты и преподаватели выходят за рамки своих государств, а также образовательные программы, их создатели, проекты и мероприятия.

Сфера высшего образования характеризуется международным сотрудничеством. Примерами являются научно-исследовательские проекты и двунациональные университеты, породившие немецкую модель партнерства. Важно, что высшее образование представляют как инструмент дипломатии. В сфере высшего образования вузы, студенты и преподаватели, предметные группы и фонды являются субъектами, которые сотрудничают в международных отношениях.

В последнее десятилетие политические аналитики подчеркнули возросший вклад, который вносит международное высшее образование в развитие стран и в экономику. В настоящее время высшее образование рассматривается как инструмент «мягкой власти». Концепция «мягкой власти» была разработана в США в 1900 г. Под «мягкой властью» понимается способность оказывать влияние и преследовать национальные интересы через силу убеждения – в противовес к использованию жесткой власти, то есть принуждение через военную силу или экономические санкции.

Для высшего образования очень привлекательна концепция мягкой власти, учитывая его направленность на элитное образование, рейтинги и конкурентоспособность вузов. Многие рассматривают мягкую власть как инструмент, использующий культуру и СМИ, чтобы убедить иностранную общественность.

Самыми известными примерами мягкой власти в области высшего образования являются стипендия программы Fullbright, деятельность Британского Совета, инициативы Германской академической службы обменов (DAAD), а также Erasmus-программа Европейского Союза. Здесь речь идет о признанных и давно разработанных программах, широко применяемых и вносящих огромный вклад в международное взаимопонимание.

Международное высшее образование рассматривают в большей степени, как соревнование победителей и проигравших, так как оно делает акцент на обмен и партнерство. В современном мире образование является посредником для безграничного обмена людьми, знаниями, ценностями, инновациями, экономикой, технологиями и культурой. Вместе они должны способствовать укреплению международных отношений между странами и регионами, путем порождения, распространения и обмена знаниями, то есть научной дипломатией.

Если дипломатия означает создание и поддержание отношений между странами, тогда научная дипломатия является вкладом, который вносит образование и использование его знаний в международные

отношения и сотрудничество. Но при этом научная дипломатия должна пониматься как взаимодействующий процесс. Научная дипломатия способствует международным отношениям и увеличивает международное значение знаний.

Научный руководитель *А. М. Комова*

Е. П. Пьянкова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Опыт инклюзивного образования за рубежом

Аннотация. В статье освещены основные методики инклюзивного образования, разработанные и реализованные за рубежом. Представлены основные формы работы с инвалидами. Это Widening participation, Mainstreaming, Integration, Inclusion. Освещена необходимая методическая и технологическая база для работы с детьми-инвалидами. Затронут вопрос современных исследований в области инклюзивного образования за рубежом.

Ключевые слова: инклюзивное образование; методики специализированного образования; технологии обучения.

Разработка и внедрение проектов по инклюзивному образованию за рубежом начинается с 1970-х годов. Несмотря на сравнительно недавнюю практику в реализации подобных проектов, опыт в данной области накоплен достаточно большой. Это касается разработок в области учебно-методического комплекса, законодательной базы, а также экономической и технологической обеспеченности в реализации подобных проектов.

В странах Европы и США сформировалось четыре основных направления работы с инвалидами. Рассмотрим каждое из них.

1. Widening participation, т. е. расширение доступа к образованию. Данная политика применяется в странах Европы, преимущественно в Великобритании. Ее главной целью является расширение образовательных возможностей для людей с инвалидностью, этнических меньшинств, а также людей из неблагополучных слоев общества. Данная политика реализуется путем различных соглашений и финансового стимулирования учебных заведений, принимающих участие в подобных проектах.

2. Mainstreaming. В данном контексте рассматривается непосредственное взаимодействие инвалидов и обычных людей преимущественно в рамках досуговой деятельности.

3. Integration предполагает непосредственное включение всех детей в образовательный процесс с учетом их личностных, физических и психологических особенностей.

4 Inclusion является таким видом образовательной деятельности, когда люди с различными ограничениями и потребностями могут обучаться наравне с людьми, не имеющими никаких отклонений. Таким образом, инклюзивное образование исключает любую дискриминацию и делает процесс обучения доступным для всех. Достигается это путем модернизации школ, в первую очередь перепланировки учебных классов, а также разработки новой учебной программы.

В рамках развивающихся на сегодняшний день форм и методик специализированного образования для людей с ограниченными возможностями здоровья нам наиболее интересна методика инклюзивного образования.

Международный опыт внедрения инклюзивного образования в общеобразовательные школы открывает новые возможности для людей с ограниченными возможностями. Сегодня более чем в 40 странах мира используются подобные образовательные методики. В Германии, Норвегии, Франции, Испании, США, Канаде и ряде других развитых стран вопросы обучения инвалидов решаются с помощью инклюзивных методик образования.

В странах Скандинавии на протяжении более 20 лет реализуется программа помощи детям с синдромом дефицита внимания и гиперактивности (СДВГ).

Система психолого-педагогической помощи в Норвегии юридически закреплена как право учащегося на индивидуальный план обучения, учитывающий его особенности. В частности, законодательно закреплено право ребенка с любыми нарушениями развития на обучение в общеобразовательной школе. Для его реализации разработан и эффективно действует целый спектр мер:

1) технология распространения знаний среди родителей и специалистов. Данная технология предполагает распространение информации во все организации, где могут находиться родители с детьми-инвалидами. Информация распространяется в виде листовок, брошюр, периодических изданий, популярной и научной литературы;

2) технология инклюзивного обучения детей с различными отклонениями в развитии (СДВГ, синдром Туретта, синдром Аспергера, умственная отсталость) в системе общего образования;

3) технология диагностики вариантов СДВГ и коморбидных расстройств. В данной группе технологий используется три группы методов. Это опросники, методы наблюдения за детьми в классе и тесты.

Обозначенные выше технологии получили свое распространение в Норвегии, стране с низкой плотностью населения и одним из самых высоких уровнем жизни населения. В России подобные практики апро-

бируются в Московском городском психолого-педагогическом университете.

Еще одной страной с развитой системой инклюзивного образования являются Соединенные Штаты Америки. В настоящее время в США действует программа «Инклюжен», в рамках которой в 1980-е годы в США начался процесс постройки новых зданий и перестройки старых с учетом потребностей различных категорий инвалидов. Для этих целей правительством выделялись дополнительные финансовые средства и в то же время применялись жесткие санкции за нарушение принятых стандартов¹. Важным принципом государственной политики в отношении инвалидов является способность инвалида пользоваться услугами организации или сервиса с той же простотой, как и обычный человек.

Обращаясь к вопросам внедрения инклюзивного образования, следует рассматривать комплекс мероприятий, способствующих успешной инклюзии. По мнению большинства зарубежных специалистов в данной области в этот комплекс входят: проблемы профессиональной подготовки педагогов к инклюзивному образованию; проблемы взаимодействия детей с особыми потребностями со здоровыми сверстниками в инклюзивных классах; проблемы организации учебного процесса в инклюзивном классе.

С 2006 по 2011 г. за рубежом были проведены исследования в области инклюзивного образования. Так А. Де Боэр, С. Дж. Пийл и А. Миннаэрт провели исследование «Отношение к инклюзии учителей начальной общеобразовательной школы: обзор литературы». Б. Кагран и М. Шмидт изучили отношение словенских учителей к инклюзии учащихся с различными видами образовательных потребностей в начальной школе. Н. К. Френч и Р. В. Чопра представили анализ навыков современных учителей способных воплотить в жизнь идеи инклюзии в школе. Данное исследование называется «Учитель в роли мейнджера» и др.

Результаты данных исследований отразили всю сложность внедрения инклюзивного образования в систему общеобразовательных школ. Следует отметить, что в результате некоторых исследований было выявлено отрицательное отношение к инклюзивному образованию, как со стороны учителей, так и со стороны родителей детей, обучающихся в инклюзивных классах.

Инклюзивное образование – это приоритетное направление развития образования для школ. Но это не значит, что оно должно стать единственной возможностью для детей с ОВЗ.

¹ Ардзинба В. А. Инклюзивное образование инвалидов в Соединенных Штатах Америки // Электронный журнал «Психологическая наука и образование». 2010. № 5.

Активно практикуются и другие формы обучения детей-инвалидов: спецшколы и интернаты, коррекционные классы образовательных школ, домашнее и дистанционное обучение. Инклюзия – обучение ребенка с ОВЗ в обычном классе массовой школы – выбор родителей и рекомендация психолого-медико-педагогической комиссии.

Научный руководитель *Т. В. Рыбченко*

А. П. Соловьева, А. С. Зинина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Поведение людей с различными типами темперамента в конфликтных ситуациях

Аннотация. В статье рассматривается поведение людей в конфликтных ситуациях и его зависимость от типа темперамента. Выявлены доминантные характеристики поведения каждого типа темперамента в конфликтной ситуации. Представленные данные полезны управляющим для работы с подчиненными.

Ключевые слова: поведение; конфликт; темперамент; конфликтное поведение.

В настоящее время, несмотря на экономический кризис, открываются новые предприятия и фирмы, которые нуждаются в рабочей силе. Чтобы работники эффективнее выполняли свои должностные обязанности, работодатель должен правильно выбрать язык общения с ними. Руководителю необходимо знать, как тот или иной сотрудник может вести себя в конфликтных ситуациях, чтобы использовать наиболее действенную тактику общения с ним. В данной работе рассматривается зависимость конфликтного поведения от типа темперамента.

Существует четыре типа темперамента: сангвиник, флегматик, холерик и меланхолик. Каждый из них уникален и обладает особенностями, присущими только ему. Об этом пишет Е. И. Игнатьев в своем пособии «Психология» [1]. В работе Н. И. Леонова «Конфликтология» рассматриваются возможные варианты поведения в конфликтных ситуациях и причины выбора того или иного способа поведения: компромисс, избегание, сотрудничество, соперничество, приспособление [2]. Конфликтное поведение – внешняя активность субъекта, направленная на предмет конфликта и меняющая или сохраняющая от изменения существующее противоречие между сторонами¹. Каждый человек, совершая поступки, руководствуется тем, к чему он хочет прийти. Одно-

¹ *Энциклопедический словарь по психологии и педагогике.* URL: http://psychology_pedagogy.academic.ru/ (дата обращения: 22.03.2016).

му важно отстоять свою точку зрения, а другому – не испортить отношения с окружающими. В этом вопросе тип темперамента играет одну из самых значимых ролей, следовательно, существует зависимость между ним и поведением в конфликтных ситуациях.

Для сопоставления типа темперамента и доминантного поведения в конфликтных ситуациях было проведено исследование. В качестве испытуемых приняли участие 27 студентов высших учебных заведений города Екатеринбургa от 18 до 20 лет. Для диагностики были использованы методики «Стратегия поведения в конфликтных ситуациях» (Х. Томас), «Методика диагностики темперамента» (Г. Айзенка). (см. таблицу).

Показатели стратегии поведения в конфликтных ситуациях у студентов с разным типом темперамента

Показатель	Сангвиник	Меланхолик	Флегматик	Холерик
Компромисс	5	3	0	2
Приспособление	1	7	2	0
Соперничество	2	0	0	0
Избегание	0	0	0	5

Сотрудничество, как доминантное поведение, не было выявлено ни у одного испытуемого, поэтому не внесено в таблицу результатов.

Итак, компромисс, как доминантное поведение в конфликтных ситуациях, может присутствовать у людей всех типов темперамента, однако, в большей мере присуще сангвиникам.

Меланхолики и флегматики предпочитают приспособливаться: жертвовать своими интересами и не отстаивать позицию. Эти люди очень чувствительны; будучи спокойными, не любят ссоры; стараются сохранить хорошие отношения в окружении, поэтому им проще согласиться с оппонентом. Такое поведение, как приспособление, почти отсутствует у других типов темперамента.

Соперничество было выявлено только у представителей сангвинистического типа темперамента. Они уверены в себе и позитивно оценивают ситуацию, не боясь проиграть или выглядеть глупо, поэтому могут пойти на риски и попробовать отстоять свое мнение.

Холерикам свойственно избегать конфликтных ситуаций. Такие люди чаще всего вспыльчивые, агрессивные, импульсивные и раздражительные. Все реакции в организме проходят у них чрезвычайно быстро, поэтому они предпочитают «увильнуть» из конфликтной ситуации и забыть, чтобы не тратить свою эмоциональную энергию попусту.

Для эффективной работы с подчиненными управляющему следует учитывать особенности типов темперамента, проявляющихся в конфликтных ситуациях. По результатам исследования можно сказать, что

наиболее удобные для подчинения сотрудники, обладают меланхолическим и флегматическим типами темперамента. Они готовы пойти на уступки и выполнять все обязанности. Также легко найти общий язык с сангвиниками, которым свойственно идти на компромисс. Такие люди умеют оценивать ситуацию с разных сторон и находить различные выходы из конфликтной ситуации, которые будут благоприятны для обеих сторон спора. Однако, опрос показал, что в большей степени соперничают люди – сангвиники, на это тоже стоит обратить внимание. Тяжелее всего работать с холериками, которые стараются уйти от конфликта, отказываются искать причины в них и идти на поводу. Вероятнее всего они будут выходить из себя, следовательно, никакого диалога с ним вести не получится.

Библиографический список

1. *Игнатъев Е. И., Громов М. Д.* Психология: пособие для педагогических училищ (школьных). М.: Просвещение, 1965.
2. *Леонов Н. И.* Конфликтология: учеб. пособие. 2-е изд., испр. и доп. М., 2006.

Научный руководитель *О. В. Кузьмина*

Ю. А. Шарова, И. И. Мелешкина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Отношение к цвету студентов с разной самооценкой

Аннотация. В статье рассматриваются особенности отношения к цвету студентов с разной самооценкой. Представлена психологическая характеристика цветовой гаммы. Построена классификация цветов, характерная для людей с завышенной, заниженной и адекватной самооценкой. Представленные данные полезны для специалистов, занимающихся рекламой.

Ключевые слова: самооценка личности; психология цвета; цветовой психотип; отношение к цвету.

Цвет является эффективным средством воздействия на человека. Он влияет на проявление чувств, вызывая определенную реакцию, эмоции и настроение. Еще в древнем мире люди активно начали использовать цветовую информацию, влияя на ум и сознание с помощью цвета. Любой колорит имеет свой специальный эффект, который меняет настроение человека в ту или иную сторону. Создавая рекламную продукцию это необходимо учитывать. Сегодня в психологии достаточно много исследований, направленных на изучения влияния цвета на психику человека, развитие личности, психологическое и эмоциональное состояние отдельного индивидуума. Например, в работах одного из ро-

донаучальников экспериментальной психологии – В. Вундта описаны различные цветовые характеристики, соответствующие разным эмоциональным состояниям личности¹. В исследованиях Л. А. Шварца приводятся данные об изменении цветовой чувствительности (порогов цветоразличения) в зависимости от эмоционального состояния человека². В. Ф. Петренко, В. В. Кучеренко диагностировали эмоциональные состояния испытуемых методом цветовых предпочтений (тест Люшера) [1].

Астрологи утверждают, что каждому человеку свойственны определенные цвета. Исходя из этого, ениндивидуум подбирает определенную цветовую гамму для интерьера в квартире, особенные цвета в одежде, причем некоторые цветовые сочетания старается избегать, сам того не замечая.

Цвета могут управлять нашими эмоциями и влиять на продуктивную деятельность человека. Например, красный и оранжевый цвета – цвета опасности и агрессии, действуют возбуждающе, стимулируют к грубой энергии, способствуют активности. Зеленый цвет – успокаивающий, расслабляет, способствует гармонии и приливу сил. Черный цвет – цвет разрушительности и эгоизма, белый – цвет созидания и спокойствия. Синий цвет может успокаивать, способствовать физическому и ментальному расслаблению, создавать атмосферу безопасности и доверия. Фиолетовый цвет вдохновляет. Это цвет творческих личностей. Коричневый – цвет эгоизма, скованности и закрытости. Голубой и желтый цвета влияют на каждого человека по – разному, в зависимости от темперамента: успокаивают сангвиника и холерика, клонят ко сну флегматика, располагают к замкнутости меланхолика³.

В психологии имеется ряд исследований, доказывающий связь восприятия и отношения к цвету с индивидуально-типологическими и личностными особенностями человека. Существует определенная связь между цветом и моральными и эстетическими переживаниями определенного индивидуума. По мнению Томаса Самюэля Куна, это отражается в эмоциональных и физических реакция⁴.

Каждому темпераменту соответствует определенный цвет: желтый – сангвинику, красный – холерику, зеленый – флегматику, синий – меланхолику⁵.

Личность обладает такими особенностями, как оценка самого себя, своих возможностей, качеств и места среди других людей. Самооценка

¹ Колористика. URL: <http://iluhin.com/notes/color>.

² Там же.

³ Там же.

⁴ Там же.

⁵ Кукус Ю. Каждому темпераменту свой цвет. URL: http://www.therapy.by/articles/kazhdomu_temperamentu_-_svoy_tcvet.

является своеобразным регулятором его поведения в обществе, влияя на взаимодействие с другими людьми, развитие личности эффективность деятельности; помогает объективно оценить возможности и результаты работы других людей. В работах психологов различного уровня показано, как самооценка может влиять на познавательную деятельность человека, межличностные отношения, а в случае недооценки человеком самого себя – ее преобразование путем воспитательных воздействий на личность.

С целью изучения особенностей отношения к цвету людей с разной самооценкой было проведено эмпирическое исследование. В качестве испытуемых приняли участие студенты Свердловской области «Уральского государственного экономического университета» и «Уральского федерального университета» в возрасте от 18 до 24 общим количеством 40 чел. Для изучения отношения к цвету был составлен опросник, позволяющий изучить цвет, наиболее симпатизирующий человеку. Исследование уровня самооценки осуществлялось с помощью методики «Экспресс диагностика уровня самооценки личности» (см. таблицу) [2].

Показатели выбора цвета студентами с разным уровнем самооценки

Уровень самооценки	Перечень выбранных цветов	Соответствие уровня самооценки и выбранных цветов	
		количество	доля от числа опрошенных, %
Высокий уровень	Красный, черный, фиолетовый	7	17
Средний уровень	Зеленый, синий, желтый	24	61
Низкий уровень	Серый, белый, голубой	9	22

Данные, представленные в таблице, показывают, что люди с высоким уровнем самооценки предпочитают агрессивные, возбуждающие и яркие цвета; со средним уровнем самооценки – успокаивающие и гармоничные; с низким уровнем самооценки – цвета безопасности, спокойствия и твердости.

Средний уровень самооценки характеризует удовлетворенность собой, своими поступками. Степень удовлетворенности собой, главным образом, связана с тремя цветами: зеленым, синим и желтым. Для низкой удовлетворенности собой характерны такие цвета, как серый, белый и голубой. Большая удовлетворенность собой должна наблюдаться, когда человек выбирает такие цвета, как красный, черный и фиолетовый. Отсюда можно сделать общий вывод, что существуют определенные смысловые связи между цветами и самооценкой, обусловленные устойчивыми значениями цветов и сопоставлением себя с тем или иным цветом.

Таким образом, исходя из теоретических и практических исследований, мы выяснили, что зная самооценку человека – можно проеци-

ровать цветовую гамму, которую он будет предпочитать. Полученные результаты могут использоваться в сфере рекламы и маркетинга.

Библиографический список

1. *Базыма Б. А.* Цвет и психика: монография. Харьков, 2001.
2. *Реан А. А.* Психология человека от рождения до смерти. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2001.

Научный руководитель *О. В. Кузьмина*

Л. Г. Чуданова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Формирование корпоративной культуры в организации малого бизнеса

Аннотация. Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в обществе наблюдается тенденция стремления корпоративных систем к развитию конкурентных преимуществ путем восприятия передовых управленческих достижений. К одному из этих достижений относится формирование корпоративной культуры, которая позволяет ориентировать всех сотрудников на общие цели и обеспечивает продуктивное организационное взаимодействие. В работе нами рассматривается вопрос формирования корпоративной культуры в параллели с формированием и развитием малого предприятия, на примере студии Йоги.

Ключевые слова: культура; корпоративная культура; организация; персонал; эффективность.

Интерес вызывает возможность формирования культуры с самого этапа зарождения организации, оформления юридического лица и начала предпринимательской деятельности. В небольшой организации элементы культуры складываются в результате воздействия установок основателя, так как он не только имеет оригинальную идею, но и собственное видение того, как она должна быть реализована, в соответствии с его культурой и личностью. Выдвигая идею, основатель привлекает к ее реализации единомышленников, обладающих схожими взглядами на цели и способы их достижения.

Несколько слов о компании, в которой мы исследовали формирование корпоративной культуры. Сфера деятельности организации малого бизнеса «Йога для всех» относится к оказанию услуг по занятию йогой. Студия йоги представляет собой специально оборудованное помещение, в котором создается благоприятная атмосфера для практики йоги.

Рассматривая вопрос методологии формирования культуры студии йоги «Йога для всех» мы предусматриваем необходимость анализа факторов внешней и внутренней среды. Нами был проведен SWOT-анализ внешней и внутренней среды студии «Йога для всех» (см. таблицу).

SWOT-анализ внешней и внутренней среды студии «Йога для всех»

<i>Сильные стороны:</i>	<i>Слабые стороны:</i>
Личность основателя.	Национальная культура и менталитет.
Размер организации.	Стадия жизненного цикла.
Уровень квалификации персонала	Сфера деятельности
<i>Возможности:</i>	<i>Угрозы:</i>
Образовательные проекты для клиентов.	Убеждения общества.
Маркетинговая программа.	Уровень жизни населения.
Непрерывное образование персонала	Ценностные ориентации общества

Следующим этапом стал выбор миссии, стратегии, основных целей и ценностей. Миссия организации «Йога для всех» заключается в формировании гармоничного пути развития человека: «Работа над собственным телом позволяет восстановить утраченное равновесие и обрести душевную гармонию. Наполняясь позитивными эмоциями и оптимизмом, вы испытываете счастье и несете его в жизнь». Главную идею существования компании можно сформулировать в виде слогана: «Поделись теплом!». На основе миссии сформулирована стратегия развития организации: стараясь превосходить запросы современных женщин, варьируя, дополняя, расширяя и улучшая качество предоставляемых услуг, мы развиваемся сами.

Для обеспечения миссии и стратегии нами разработаны ключевые цели, которые направлены на успех организации «Йога для всех»:

1) способствовать совершенствованию и неповторимости каждого человека посредством:

укрепления физического здоровья, формирования мышечного каркаса, массажа внутренних органов;

профилактики заболеваний, снятия мышечного напряжения; обретения душевного спокойствия, релаксации;

2) достижение конкурентного преимущества путем повышения профессионализма мастеров-преподавателей.

Принцип единовластия и авторитета личности руководителя определяет ключевые ценности организации. Вот некоторые из них:

уважение к человеческому достоинству, организации, делу;

успех наших клиентов – основа нашего успеха;

взаимная обязательность – каждый вносит вклад в работу команды и несет ответственность за ее результат;

профессиональное и личностное развитие сотрудников - залог высоких стандартов в работе;

улыбка – наше постоянное настроение в работе.

Представленные выше ценности формируют философию йога студии: «Мы все важны. Наши сотрудники, наши клиенты. Это самая большая ценность и главная забота».

Методы формирования культуры организации призваны поддерживать каждого члена коллектива, раскрывая его индивидуальность и таланты. Практическая значимость методов основана на создании общих ценностей, атмосферы доверия и взаимопонимания руководителя и персонала. Анализ механизма внедрения и развития культуры организации способствует определению ценностей, которые наилучшим образом помогают реализации целей компании, а также зон развития, то есть степени соответствия корпоративной культуры стратегии развития организации (бизнеса).

Для определения типа корпоративной культуры было произведено исследование по методу OCAI¹. Сводные результаты исследования показали преобладание клановой культуры – 87%. Такой типа культуры доминирует в организации, похожей на большую семью, где у людей много общего. Организация держится вместе благодаря преданности и традициям. Основу культуры составляют внутренние ценности, направляющие деятельность организации. Лидер воспринимается как воспитатель или даже родитель. Делается акцент на долгосрочной выгоде совершенствования личности, придается значение высокой степени сплоченности коллектива и моральному климату. Успех определяется как доброе чувство к потребителям и забота о людях. Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что культура в организации «Йога для всех» находится на начальном этапе формирования, наблюдается достаточно ответственное и заинтересованное отношение работников, которые отмечают целенаправленную работу по развитию корпоративных ценностей, целей, традиций. Высокий уровень активности и вовлеченности персонала в дела организации позволяет развивать у сотрудников ощущение собственной значимости и привлекать к участию в принятии решений на рабочем месте.

К основным мероприятиям по совершенствованию корпоративной культуры студии «Йога для всех» рекомендуем отнести разработку руководителем локального нормативного акта – Кодекса этики и поведения сотрудников; проведение тренингов для работников студии с целью доведения, закрепления данного документа и обеспечения инте-

¹ Тихомирова О. Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка. – СПб.: СПбГУ ИТМО, 2008. С. 156.

грации всех исполнителей. Следует разработать систему дополнительных выплат, льгот, которые предоставляются работникам помимо заработной платы. Руководителю также необходимо чаще неформально общаться со своими подчиненными, документировать корпоративные истории и доносить их до сотрудников, поощрять наиболее приверженных сотрудников компании ценными подарками и призами.

Для эффективности культуры организации руководитель должен сформулировать основы кадровой политики, которая определяется стратегией организации. С целью устойчивой деятельности организации, создания конкурентных преимуществ, следует разработать программу непрерывного развития сотрудников, которым необходимо постоянно обучаться, осваивать новое, выступать наставниками для коллег. Руководителю важно создавать атмосферу, способствующую развитию, повышать компетентность своих подчиненных, используя методы вне организационного обучения. А именно: школы йоги, тренинги, курсы в различных городах России и за рубежом. Возможность повышения квалификации для персонала через организацию поездок для участия в семинарах, конкурсах, соревнованиях по специальности. Составляющим функциональным блоком кадровой политики студии йоги является создание четких требований при подборе персонала, поскольку совокупность знаний, навыков, опыта, способов выполнения должностных обязанностей, а также личностных качеств и мотивации, обеспечивают принятие ценностей работниками. В качестве ритуала целесообразно выделить принятие управленческих решений при активном участии персонала, обсуждение профессиональных вопросов с привлечением инструкторов. Рекомендуется проводить различные традиционные корпоративные празднования: «День начала работы», «Подведение итогов», «День семьи» или «День компании», чтобы сотрудники ближе пообщались друг с другом, узнали что-то новое о тех, кто работает рядом с ними.

Культуру организации нельзя постичь с помощью какого-либо одного метода, поскольку она многогранна и в зависимости от применяемого метода каждый раз раскрывается по-новому.

Научный руководитель *А. В. Пеша*

Направление 07. Конкурентная среда региона

М. Д. Албычева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Современное состояние и перспективы развития машиностроения в Российской Федерации

Аннотация. Предметом исследования в статье выступает машиностроительная деятельность в РФ. Выделены позитивные и негативные тенденции машиностроительной деятельности в РФ; определены ключевые проблемы в машиностроительной деятельности и пути их решения.

Ключевые слова: машиностроение; машиностроительная деятельность; возрастная структура производственного оборудования в промышленности; инвестиционные вложения в машиностроительную деятельность.

В настоящее время повышение темпов развития машиностроительной деятельности на территории Российской Федерации имеет большое значение.

Обуславливается это тем, что машиностроительная деятельность в современной экономике, занимает значительное положение в структуре промышленного производства РФ, обеспечивая ключевые секторы экономики производственным оборудованием. Усиление международной конкуренции выдвигает на первый план необходимость обеспечения ключевых секторов экономики страны собственным производством оборудования, кроме того от уровня развития машиностроения напрямую зависит обороноспособность государства.

Еще одним важным фактором подтверждающим актуальность развития данного направления деятельности является то, что в настоящее время Российская Федерация переживает сложный момент в своей экономической истории. Нашей стране были объявлены экономические санкции, в число которых входят санкции, ограничивающие поставки многих типов современного оборудования для различных отраслей производства, что стало большим толчком для востребованности машиностроения в РФ.

Согласно П. В. Сачвенко, «машиностроение – это вид деятельности, который объединяет отрасли обрабатывающей промышленности: производство оборудования и промышленных машин, электротехническую и электронную промышленность, транспортное машиностроение,

металлообработку, станкоинструментальную промышленность, приборостроение и промышленность средств связи»¹.

Согласно общероссийскому классификатору экономической деятельности (ОКВЭД) введенному 1 января 2003 г., машиностроение и металлообработка как вид деятельности представлены в разделе «D» – обрабатывающие производства, которые включает следующие подразделы: металлургическое производство и производство готовых металлических изделий, производство машин и оборудования, производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования, производство транспортных средств и оборудования².

В последние годы стали заметны негативные тенденции в отечественной машиностроительной деятельности: уменьшение объема выпуска наукоемкой продукции, создание которой связано с использованием достижений научно-технического прогресса; медленное формирование и развитие инновационного потенциала (согласно глобальному инновационному индексу Российская Федерация в 2016 г. заняла 43-е место с индексом 38,50, 1-е место занимает Швейцария с индексом 66,28)³; снижение конкурентоспособности предприятий машиностроения в РФ, относительно зарубежных предприятий; значительное многолетнее старение всех элементов основного капитала; недостаток инвестиций для проведения работ, связанных с коренной модернизацией материально-технической базы предприятий машиностроения.

Наряду с негативными тенденциями можно выделить и несколько позитивных тенденций. В настоящее время средний возраст станочного парка машиностроения в РФ составляет 16–21 год, учитывая, что стандартный уровень изношенности оборудования в развитых странах составляет 10 лет. Тем не менее, появляется позитивная тенденция уменьшения среднего возраста оборудования с 21,9 до 20,9 лет (см. табл. 1).

Наблюдаются небольшие увеличения инвестиционных вложений в машиностроительную деятельность. Так, по данным службы Федеральной статистики РФ, инвестиции в основной капитал обрабатывающих производств в 2013 г. составили 1 945,3 млрд р., из которых 30% были направлены непосредственно в машиностроительную деятельность, что в денежном эквиваленте 600,9 млрд р. В 2015 же году инве-

¹ *Национальная экономика* / под. ред. П. В. Савченко. 4-е изд., перераб. М.: ИНФРА-М, 2016.

² *Общероссийский классификатор экономической деятельности (ОКВЭД)* (утв. Постановлением государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии от 31 января 2014 г. № 14-ст).

³ *Глобальный инновационный индекс 2016*. URL: http://www.wipo.int/pressroom/ru/articles/2016/article_0008.html.

стиции в основной капитал обрабатывающих производств составили 2 285,2 млрд р., из которых 32% (735,9 млрд р.) непосредственно были направлены в машиностроительную деятельность (табл. 2).

Таблица 1

**Возрастная структура производственного оборудования
в промышленности, %**

Год	Всего оборудования (на конец года), %	В том числе в возрасте (лет)					Средний возраст, лет
		До 5 лет	6–10	11–15	16–20	Более 20 лет	
2010	100	11,2	7,0	14,3	19,9	47,6	20,8
2011	100	9,8	7,1	15,0	20,5	47,6	21,0
2012	100	9,3	7,7	14,8	19,4	48,8	21,9
2013	100	10,5	7,0	13,5	22,1	46,9	21,5
2014	100	10,9	6,9	13,9	22,5	45,8	20,9

Примечание. Возрастная структура производственного оборудования в промышленности в Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.

Таблица 2

**Инвестиции в основной капитал
по видам экономической деятельности, млрд р.**

Показатель	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Обрабатывающие производства, всего:	593,9	1 207,6	1 418,7	1 688,7	1 945,3	2 084,6	2 285,2
металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	137,2	216,2	240,2	258,6	250,2	247,5	285,8
производство машин и оборудования	31,9	62	60,5	76,2	92,4	103,4	121,8
производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	19,6	35,1	45,1	59,2	73,2	75,3	102,3
производство транспортных средств и оборудования	34,1	101	115	143,9	185,1	228,4	225,5

Примечание. Инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности в Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.

Ключевыми проблемами данной деятельности являются:
нехватка инвестиций;
большой износ основных производственных мощностей;
недостаточность проведения НИОКР в машиностроительной деятельности.

Основные пути решения данной проблемы, по мнению автора, можно обозначить следующим образом:

государственная инвестиционная поддержка машиностроительной деятельности (Государственные программы и федеральные целевые программы);

государственная система субсидий процентных ставок по банковским кредитам и взносов в уставные капиталы, направленная на сохранение и развитие промышленного капитала;

финансирование НИОКР вне рамок федеральных целевых программ, в том числе выполнение НИОКР по государственным контрактам и научное сопровождение инновационных проектов государственного значения;

привлечение частных инвесторов в данную сферу деятельности. В развитии машиностроительной деятельности могут быть заинтересованы такие компании как РЖД, Сургутнефтегаз, Лукойл, Роснефт, Газпром и другие. Если в РФ будут выпускать отечественное оборудование, не уступающее по качеству импортным аналогам, то это может значительно снизить затраты названных выше компаний, на покупку оборудования.

Таким образом, стратегией развития машиностроительной деятельности в Российской Федерации должна стать модернизация используемых технологий и повышение инвестиционной детальности, а механизм реализации цели должен основываться на сочетании интересов государства и бизнеса, развитии ГЧП (государственно-частного партнерства) и долгосрочном макроэкономическом планировании.

Научный руководитель *Н. В. Сбродова*

Е. А. Белоусова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Региональная идентичность традиционно-промышленных регионов

Аннотация. Систематизированы взгляды российских и зарубежных ученых на понятие региональной идентичности. Показано влияние региональной идентичности на формирование конкурентной среды региона. Представлена характеристика региональной идентичности традиционно-промышленных регионов. Выделен пространственный аспект региональной идентичности традиционно-промышленных регионов.

Ключевые слова: регион; региональная идентичность; промышленность; экономическое пространство.

Формирование конкурентной среды региона тесно связано с понятием региональной идентичности. Наиболее широко термин «иден-

тичность» применяется в социологических и психологических исследованиях, где понимается как сознание личностью своей принадлежности к той или иной социально-личностной позиции в рамках социальных ролей и эго состояний, что необходимо для выстраивания отношений с окружающим миром [3]. В том, что касается регионов, идентичность – не черта сознания проживающих людей и не солидарность по причине проживания на одной территории в данный момент или в прошлом, как утверждает Л. В. Смирнягин¹, а черта территории, региона. Региональная идентичность может характеризоваться с исторической, географической, политической, социальной и философской точки зрения и как понятие носит междисциплинарный характер.

Интересен взгляд на региональную идентичность финского географа А. Пааси, который рассматривает ее с точки зрения процессов институционализации регионов. Согласно его определению, региональная идентичность является, в некотором смысле, интерпретацией процесса через который регион становится институционализированным; процесса, состоящего из «производства» территориальных границ, символов и институтов [4, p. 478].

Практико-ориентированную точку зрения на региональную идентичность предлагает голландский экономист К. Терлав [5]. Он обосновывает целесообразность комбинирования широкой и узкой региональной идентичности (*thick and thin regional identities*). Баланс между элементами двух видов региональной идентичности необходим для того, чтобы региональные органы власти в условиях глобализации и растущей индивидуализации могли эффективно конкурировать с другими регионами за привлечение различных (в том числе государственных) ресурсов на территорию, а также мобилизовывать поддержку внутренних стейкхолдеров, таких как муниципалитеты, местные компании, жители. Под широкой региональной идентичностью ученый понимает традиционную региональную идентичность, которая формировалась в течение поколений, часто в результате конфликтов (языковых, политических) с центральной политической силой, а узкую региональную идентичность рассматривает как преходящую, временную, возникающую как спонтанно при совпадении интересов экономических субъектов, так и создаваемую намеренно для осуществления каких-либо проектов, задач. Широкая региональная идентичность больше основана на общих культурных традициях и отношениях в сообществе, узкая – относится к конкретной проблеме и требует меньшего прямого участия других людей. Широкая – отражает нормативный аспект, в то время как

¹ Смирнягин Л. В. О региональной идентичности. URL: http://demoscope.ru/weekly/2014/0597/analit05.php#_ftn1.

узкая – практический, утилитарный. Первая – устойчивее и закреплена в культуре и истории региона, вторая – более изменчива и базируется на диалоге, более функциональна и связана с утилитарной легитимацией эффективности экономической политики, концентрируется только на нескольких, в большинстве своем, экономических характеристиках, в отличие от широкой, которая включает обширный спектр культурных, социальных, политических, экологических и экономических характеристик.

В экономико-пространственном аспекте, региональная идентичность – совокупность пространственных параметров (особенностей) функционирования региональных подсистем хозяйствования. В таком варианте она отражает сложность региональных комплексов явлений и одновременно выступает средством отбора и изучения региональной специфики [1, с. 67]. Точное содержание термина «региональная идентичность» с точки зрения пространственной экономики зависит от подхода к трактовке понятия «регион» (территориально-географический, административно-территориальный, экономический, социальный и синтетический) и, соответственно, может формулироваться как [1, с. 68]:

совокупность особенных гео-территориальных признаков части государства, позволяющих отличить ее во множестве других территорий;

совокупность административных признаков, статуса, границ территории или иного субъекта федерации;

совокупность свойств локализованной территории, для которой характерна производственно-кадровая, технологическая, инфраструктурная специализация территории как подсистемы национальной экономики;

социально-территориальная общность коллективной идентичности индивидов;

синтетический феномен, который может быть выделен по группе разнородных критериев и признаков (системный, пространственный, конкурентный, маркетинговый, ментальный феномен и т. д.).

Характеризуя региональную идентичность традиционно-промышленных регионов, обратимся к определению Е. Б. Дворяркиной и Е. В. Голошейкина. По их мнению, традиционно-промышленный регион – «особый тип региона, который сформировался исторически, преимущественно в эпоху формирования и развития промышленного производства, обладает совокупностью таких основных топологических признаков, как значительный временной период основания, приоритетное развитие промышленности и ее доминирующее значение в хозяйственном комплексе региона, инерционность отраслевой структуры экономики региона, приоритетное значение промышленности как преобладающего фактора градоформирования в регионе (как следствие

этого – значительное количество монопромышленных городов в регионе)» [2, с. 116]. По мнению ученых, одним из основных признаков традиционно-промышленного региона оказывается присутствие в регионе городов с ярко выраженной промышленной функцией или концентрация моногородов.

Специфика традиционно-промышленных регионов связана, прежде всего, с высокой концентрацией моногородов и промышленностью как базовым сектором их экономики. Регионы данного типа характеризуются слабой диверсифицированностью экономики, где сельскому хозяйству и сельским видам деятельности отводится вспомогательная роль. Ввиду высокой доли промышленности в экономике региона экологическая ситуация в них является сложной, что непосредственно сказывается на состоянии наиболее важного ресурса для сельского хозяйства – земель сельскохозяйственного назначения и служит препятствием для его развития.

Таким образом, рассматривая региональную идентичность как совокупность пространственных особенностей функционирования региональной системы, можно утверждать, что в отношении традиционно-промышленных регионов, такими особенностями являются размещение промышленности в городах, а также высокая концентрация моногородов как особых типов пространственных экономических образований.

Библиографический список

1. *Галазова С. С.* Региональная идентичность экономического пространства // Экономические науки. 2014. № 06(115).
2. *Дворядкина Е. Б., Голошейкин Е. В.* Методический подход к анализу экономического развития традиционно-промышленного региона // Известия Уральского государственного экономического университета. 2010. № 5(31).
3. *Эрикссон Э.* Идентичность: юность и кризис: пер. с англ. М.: Флинта, 2006.
4. *Paasi A.* Region and Place: Regional Identity in Questions // Progress in Human Geography. 2003. Vol. 27. Iss. 4.
5. *Terlouw K.* From Thick to Thin Regional Identities? // GeoJournal. 2012. No. 77.

Научный руководитель *Е. Б. Дворядкин*

Ю. А. Берсенева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Конкурентная среда российской и зарубежной интернет-торговли

Аннотация. Электронная коммерция – развивающийся сектор экономики России, но к сожалению, рост интернет-торговли в России во многом происходит из-за бурного роста трансграничной торговли. У конкурирующих стран множество преимуществ в данной сфере, начиная от ценообразования и заказываемой логистикой. Отечественная онлайн-торговля не справляется с давлением зарубежных конкурентов, но стремительно набирает обороты в своем развитии.

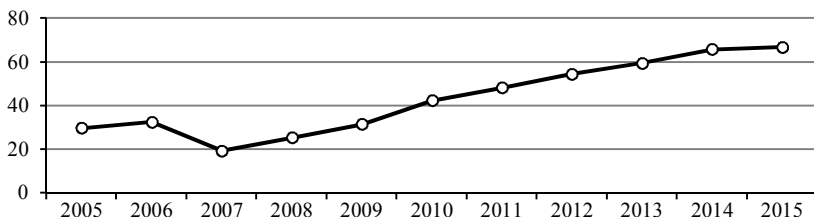
Ключевые слова: интернет-торговля; электронная коммерция; пользователи; экономика; торговля; интернет.

Интернет-торговля – это быстроразвивающаяся отрасль, именно поэтому бизнесу в Интернете уделяется особое внимание в связи со становлением информационного общества и его непосредственным вкладом в экономику. Сама по себе глобальная сеть дает возможность товарам и услугам выходить на мировой рынок торговли. Развитие сектора информационно-коммуникативных технологий также является фактором, способствующим успешному ведению бизнеса и толчком к повышению темпов экономического роста стран. Электронная коммерция активно развивается в течение двух последних десятилетий, что по сравнению со многими отраслями экономики является небольшим промежутком времени. Под электронной коммерцией (e-commerce) подразумеваются любые формы деловых сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом вместо физического обмена или непосредственного физического контакта и в результате, которого право собственности или право пользования товаром или услугой передается от одного лица другому¹.

На сегодняшний день, по данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), интернет-продажи в РФ составляют около 3% от общего объема торговли. Эксперты же утверждают, что у данного сегмента большой потенциал. По прогнозам аналитиков, количество отечественных интернет-магазинов в текущем году будет расти. Именно от числа пользователей зависит «будущее» интернет-торговли. По данным Федеральной службы государственной статистики, только с 2012 по 2015 г. число пользователей выросло с 52,8 до 64,5%. Примерно 50 млн россиян старше 16 лет (или 42% взрослого населения страны)

¹ *Перспективы* развития интернет-торговли в России // *Фундаментальные исследования* URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=36472>.

выходят в интернет с мобильных устройств: 37,2% используют для этого смартфон и 19,2% – планшет. В целом рост аудитории интернета в России в 2016 г. происходил преимущественно за счет увеличения пользователей среднего и старшего возрастов. Поэтому тема интернет-торговли, во времена информационных технологий, как никогда актуальна (см. рисунок).



Доля лиц (домохозяйств) имеющих доступ к сети Интернет
(Российская Федерация)¹

Аудитория интернета в России постоянно растет, этому благоприятствует снижение цен на интернет-тарифы. Таким образом экономически активное население все чаще проявляет спрос на товары (услуги) именно в интернете, потому что это выгодно. К сожалению, рост интернет-торговли в России во многом происходит из-за бурного роста трансграничной торговли (продажи товаров из зарубежных интернет-магазинов напрямую физическим лицам на территории России). По результатам первое полугодия 2016 г. объем трансграничной торговли в денежном выражении составил 143, 1 млрд р. и продемонстрировал рост на 37% по сравнению с первое полугодием 2015 г.²

Рост трансграничной торговли связан с некоторыми факторами, такими как, грамотное ценообразование, широта ассортимента, бесплатная доставка, снижением стоимости доставки, бесплатный обмен товара, возврат денег, безопасные способы оплаты и т. д. Главными конкурентами РФ в онлайн-торговле стали Китай, Германия и США. Таким образом потребители, стремящиеся найти товар по самым низким ценам, пользуются Китайскими интернет-магазинами 87%. Высокое качество товаров – причина покупок из Германии 69% россиян. Желание приобрести товары, которые не найти в России – 64% покупателей, пользующихся американскими онлайн-магазинами.

В чем же недостаток отечественной онлайн-торговли? Почему потребители отдают предпочтение заграничным интернет-магазинам?

¹ Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://cbsd.gks.ru>.

² Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: <http://economy.gov.ru>.

Интернет – лучшая площадка для ценовой конкуренции и рынок интернет-торговли, хоть и обслуживать интернет-магазин менее затратно и данный бизнес в целом выгодней, чем традиционная розница, все равно продавцы не справляются с давлением заграничных конкурентов.

Самой первой причиной торможения отечественной интернет-торговли является неразвитая логистика. Во многих регионах единственным логистическим оператором является «Почта России». Не многие компании могут оптимизировать процесс доставки, построением складских комплексов, созданием сложнейших логистических программ, передавать логистику на аутсорсинг. За полтора года с момента прихода новой команды «Почта России» сделала безусловное чудо в посылочном бизнесе, количество отправлений, пришедших в срок с точностью «до дня» уже приближается к 97%. Для совершенствования сервиса и сокращения сроков доставки в интернет-коммерции часто используются экспресс-доставка. Сейчас логистика по факту перестала быть затратами. Логистика стала частью маркетинга.

Следующей проблемой развития онлайн-торговли является неразумное ценообразование. Недавно провалившийся проект на AliExpress стал важным опытом, который показал производителям готовой продукции, куда двигаться, как подходить к вопросу ценообразования, подаче продукта. Причиной провал проекта Минпромторга «Мода. Сделано в России» на торговой площадке AliExpress (входит в китайский интернет-гигант Alibaba Group) эксперты считают «неоправданно высокой стоимости и отсутствии оригинальности». Согласно презентации, цены российских компаний в несколько раз выше китайских. Так, свитшот Trends Brands Base стоил 3,2 тыс. р., а похожий китайский товар – 153 р. с бесплатной доставкой; кожаный клатч «Анна Чапман» стоил 6,8 тыс. р., китайский аналог – 1,5 тыс. р. Некоторые бренды выставляли цены на AliExpress с наценкой к розничной стоимости.

Таким образом, интернет-торговля, являясь достаточно молодым сегментом экономики России, активно набирает обороты в своем развитии. Наша страна готова занять высокие позиции на рынке электронной коммерции, с учетом всех проблемных моментов, таких как, конкурентоспособные цены, ассортимент, выбор способа доставки. «Почта России» сдерживает экспансию иностранных интернет-торговцев. Их просьба выровнять тарифы на доставку покупок россиянам не встретила понимания. «Почта России» этого не делает в надежде, что российская электронная коммерция все же начнет развиваться. И что внутри страны будут покупать не меньше, а может, и больше, чем за границей.

Научный руководитель *Е. Н. Алимova*

Инновационная инфраструктура Свердловской области

Аннотация. Статья освещает направления развития инновационной инфраструктуры Свердловской области. Проведен анализ сформированных на данный момент технопарковых структур, направленных на поддержку перспективных инновационных бизнес-идей и промышленных парков призванных обеспечить эффективный трансфер инновационных технологий в производство. Подтверждена эффективность сформированного комплекса инновационной инфраструктуры путем сравнения количества проектов институтов развития на территориях инновационноактивных регионов России.

Ключевые слова: инновации; бизнес-инкубатор; технопарк; стратегия развития региона; институты развития.

Сохранение и развитие научно-технического, технологического и производственного потенциала, опережающего роста производства наукоемкой продукции являются приоритетными направлениями политики Свердловской области. Одним из важнейших звеньев этой политики является инновационная деятельность.

Данная тема актуальна в настоящее время, поскольку инновационная деятельность является важнейшим ресурсом технологического развития Свердловской области, обязательным условием сохранения и инструментом мобилизации ее научно-технического потенциала на решение проблем региона.

Стратегия инновационного развития содержит задачу формирования особого типа инфраструктуры – инновационного, целью функционирования которого является обеспечение стимулирования и поддержки компаний на различных стадиях инновационного процесса [1, с. 15].

Инновационная инфраструктура – совокупность организаций, способствующих реализации инновационных проектов, включая предоставление управленческих, материально-технических, финансовых, информационных, кадровых, консультационных и организационных услуг.

Первой задачей данного типа инфраструктуры является обеспечение благоприятных условий для развития инновационных бизнес идей и поддержка их в начале реализации.

Решение этой задачи осуществляется с помощью научно-внедренческих технопарков и входящих в их состав бизнес-инкубаторов. В настоящий момент в Свердловской области функционирует 10 бизнес-инкубаторов и 6 научно-внедренческих технопарков.

Научно-внедренческие технопарки базируются, как правило, в университетах и научных структурах с целью внедрения результатов научных исследований и разработок:

- 1) научно-производственный парк «Техномет» – «Энергосберегающие технологии в металлургии и машиностроении»;
- 2) инновационно-технологический центр «Академический»;
- 3) уральский горнопромышленный научно-технологический парк «ИнтелНедра»;
- 4) уральский лесной технопарк;
- 5) научно-внедренческий парк «Евразийский»;
- 6) научно-внедренческий биомедицинский технопарк «Новоуральский».

Ряд из перечисленных технопарков входят в реестр технопарков Свердловской области и имеют ряд преимуществ, обозначенных в областном законе от 20 октября 2011 г. № 95-ОЗ «О технопарках в Свердловской области» [2]

Второй задачей инновационной инфраструктуры является поиск эффективного инфраструктурного механизма трансферта передовых технологий в массовое производство. Одним из наиболее эффективных инфраструктурных механизмов решающих эту задачу является индустриальный парк.

Индустриальные парки являются одним из наиболее успешных инструментов развития региональной экономики, позволяя создавать условия для размещения современных конкурентоспособных производств, привлекать инвестиционные ресурсы и модернизировать существующие производства. Опыт ведущих стран мира позволяет говорить о индустриальных парках как эффективной платформе для устойчивого развития экономики регионального уровня [3].

Развитие концепции распространения индустриальных парков предполагает решение таких задач как, формирование механизмов эффективного удовлетворения спроса инвесторов на площадки, подготовленные к размещению объектов инновационной сферы, промышленности, логистики и сопутствующего сервиса; сглаживание дифференциации в уровнях развития муниципальных образований на территории субъектов Российской Федерации посредством улучшения инвестиционного и инновационного климата; обеспечения занятости трудоспособного населения и создания условий для развития на базе промышленных парков конкурентоспособных промышленных производств и сопутствующего сервиса [4].

Параллельно идет создание частных парков, среди которых индустриальные парки «Исетский» (городской округ Среднеуральск), «Синарский» (Каменск-Уральский), «ПРО-БИЗНЕС-ПАРК» (Екатеринбург).

Формируемые инвестиционные площадки будут перспективным местом для размещения наукоемких высокотехнологичных производств, предприятий машиностроения, химической, добывающей, горно-металлургической, обрабатывающей промышленности и многих других отраслей.

Резиденты индустриальных парков будут органично интегрированы в технологические циклы существующих в регионе предприятий. Близость к крупным функционирующим производствам позволит с минимальными расходами доставлять сырье на новые предприятия или иметь в непосредственной близости конечного потребителя выпускаемой продукции. Российские и зарубежные компании, желающие разместить в области свои производства, получают возможность сделать это с минимальными временными и финансовыми затратами, а также вправе рассчитывать на получение иных предпочтений [5].

В целом стоит отметить, что Свердловская область имеет достаточно высокий потенциал взаимодействия с федеральными институтами поддержки инноваций.

Сложившаяся в Свердловской области структура функционирования научно-образовательного и промышленного секторов в части инновационного развития свидетельствует о прохождении ей начальной стадии формирования региональной инновационной системы. Несмотря на достаточно высокую результативность инновационной деятельности в области относительно других регионов страны, Свердловской области пока не удастся выйти в лидеры по большинству показателей, что подтверждает проведенный сопоставительный анализ инновационной активности регионов. Одновременно с этим в Свердловской области в настоящее время начинают активно создаваться и развиваться инфраструктурные объекты, способные стать научно-производственной основой инновационного развития. Поэтому ключевой задачей в настоящий момент является выявление приоритетных направлений инновационного развития на всех этапах инновационного цикла и предложение инструментов по их реализации.

Библиографический список

1. *Коковихин А. Ю.* Управление компетенциями на региональном уровне // Новая индустриализация: мировое, национальное, региональное измерение: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 6 декабря 2016 г.): в 2 т. / [отв. за вып. Е. Б. Дворяжкина ; отв. ред. : Д. М. Назаров, В. А. Лазарев]. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. Т. 2.
2. *Коковихин А. Ю., Борисов И. А., Гатина Э. Р.* Институциональные характеристики человеческого капитала как фактор вертикальной мобильности персонала фирмы // *Управленец*. 2015. № 5(57).

3. *Коковихин А. Ю., Иваницкий В. П.* Социально-экономические механизмы в управлении компетенциями на региональном уровне // Сибирская финансовая школа. 2016. № 6(119).

4. *Коковихин А. Ю., Огородникова Е. С., Уильямс Д., Плахин А. Е.* Факторы институциональной среды в оценке предпринимателем инвестиционного климата муниципального образования // Экономика региона. 2017. Т. 13, № 1.

5. *Плахин А. Е.* Принципы кластеризации при создании индустриальных парков в Российской Федерации // Управленец. 2014. № 4(50).

Научный руководитель *Е. С. Огородникова*

Н. Р. Изгузина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Влияние Екатеринбургской агломерации на социально-экономическое развитие Свердловской области

Аннотация. В статье представлен расчет условно исчисленного валового агломерационного продукта на примере Екатеринбургской агломерации, а также продемонстрировано «стягивание» экономического пространства Свердловской области.

Ключевые слова: агломерация; Екатеринбургская агломерация; условно исчисленный валовой агломерационный продукт.

В настоящее время вопросы развития городских агломераций привлекают внимание все большего числа исследователей. Эксперты подчеркивают особую значимость формирования и функционирования агломераций для усиления конкурентных позиций как на региональном, так и национальном уровнях [4]. Так, согласно Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г., одним из основных путей регионального развития является формирование крупных городских агломераций. В свою очередь развитие их научно-технического и образовательного потенциала выступает ключевым направлением инновационной и социальной ориентации регионального развития¹. Данные положения определяют актуальность исследования влияния городской агломерации на конкурентоспособность региона. В качестве примера была выбрана Екатеринбургская городская агломерация (ЕГА), крупнейшая в Свердловской области. Однако прежде всего, отметим, что под городской агломерацией в данной

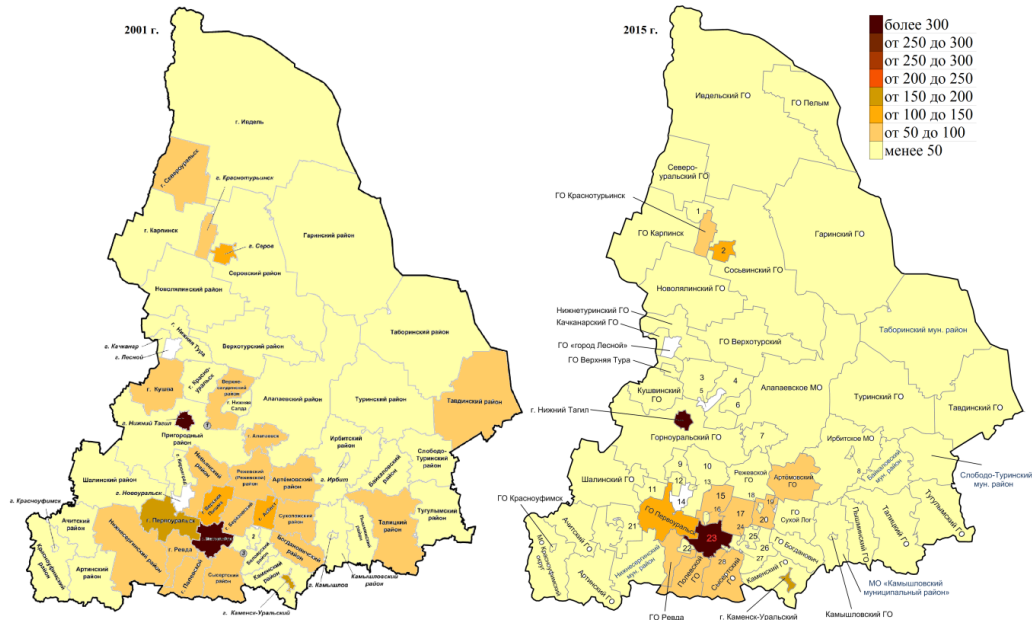
¹ Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации: распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р.

работе понимается особое пространственно-экономическое образование, скопление городов и других населенных мест вокруг одного или нескольких городов-ядер и объединенных развитыми, интенсивными социально-экономическими и иными взаимосвязями. В рамках развития агломерации предполагается последующая разработка Концепции стратегического развития и механизмов управления для достижения максимальных положительных результатов [1, с. 26].

При определении границ ЕГА автор исходил из следующих постулатов: соответствие часовой транспортной изохроне, проложенной при анализе топографических карт Свердловской области в масштабе 1:500000, расписаний движения пригородных и междугородних автобусов и электропоездов с учетом Общероссийского классификатора территорий муниципальных образований и интенсивности поездок пригородных и междугородних автобусов и электропоездов. Таким образом, состав ЕГА включает муниципальные образования «город Екатеринбург» (центр агломерации) и «поселок Уральский», а также городские округа Первоуральск, Ревда, Дегтярск, Полевской, Сысертский, Арамилский, Белоярский, Заречный, Верхнее Дуброво, Березовский, Верхняя Пышма и Среднеуральск [2, с. 62].

Екатеринбургская агломерация – четвертая по величине в России, является межрегиональным центром социально-экономического развития и притяжения востока европейской и западносибирской частей России и Северного Казахстана. История развития ЕГА начинается с программы СВОР (Свердловского внутриобластного района, 1975 г.), предусматривающей активное развитие внутренних связей, создание новых производств и транспортных узлов. Численность постоянного населения Екатеринбургской агломерации по состоянию на конец 2015 г. составила 2 106,8 тыс. чел., что на 0,9% выше уровня предыдущего периода (2 087,8 тыс. чел.). При этом важно отметить, что картографическое отображение исследуемого показателя в 2001 и 2015 гг. по муниципалитетам Свердловской области наглядно демонстрирует «стягивание» и концентрацию населения главным образом в Екатеринбурге и близлежащих городах-спутниках ЕГА (см. рисунок), что свидетельствует о деформации пространства региона: уплотнении его в границах агломерации и разреженности в периферийных зонах.

Для анализа влияния агломерационных процессов на социально-экономическое развитие области автор, изучив отечественный и зарубежный опыт, а также опираясь на метод факторной оценки, подробно описанный в работе А. И. Татаркина, О. А. Козловой, С. А. Тимашева, А. В. Бушинской «Исследование динамики структуры валового муниципального продукта» [7, с. 59–64], рассчитал условно исчисленный валовой агломерационный продукт (ВАП) по следующей формуле:



Численность постоянного населения по муниципальным образованиям
Свердловской области на конец года (без ЗАТО), тыс. чел. [3; 5]

Условно исчисленный ВАП ЕГА

Показатель	2000	2004	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Среднегодовой темп роста
Условно исчисленный ВАП ЕГА, млн р.	63 539,0	159 168,8	593 635,7	494 787,9	516 774,9	791 957,0	784 327,1	712 741,6	710 797,1	708 419,0	117,4
ВРП Свердловской области, млн р.	199 859,0	475 576,0	923 550,8	825 267,4	1 046 600,1	1 291 019,1	1 484 879,0	1 568 655,0	1 661 431,0	1 779 400,0	115,7
Доля условно исчисленного ВАП ЕГА в ВРП Свердловской области, %	31,8	33,5	64,3	60,0	49,4	61,3	52,8	45,4	42,8	39,8	–

Примечание: Составлено по: [3; 5; 6].

$$Q_{\text{ВАП}_{\text{усл. исчисл}}} = A \left(\frac{\sum_{i=1}^n K_M}{K_P} \right)^\alpha \left(\frac{\sum_{i=1}^n L_M}{L_P} \right)^\beta Q_{\text{ВРП}},$$

где $Q_{\text{ВРП}}$ – валовой региональный продукт; α, β – степенные коэффициенты, зависящие от предельной производительности фактора; A – коэффициент пропорциональности промышленного выпуска и ВРП; K – основные фонды в стоимостном выражении; L – затраты труда; K_M^α, L_M^β – показатели муниципального образования; K_P^α, L_P^β – показатели региона; n – количество муниципальных образований в составе городской агломерации [2].

В таблице представлена динамика условно исчисленного ВАП ЕГА за 2000–2015 гг. Согласно расчетам условно исчисленный ВАП ЕГА за 2015 г. составил свыше 708 млрд р. При этом, даже вопреки неполной идентичности методик расчета ВРП и условно исчисленного ВАП, можно уверенно утверждать, что около 40% ВРП Свердловской области обеспечивает Екатеринбургская агломерация. Тем не менее, следует констатировать наличие негативной тенденции: превышение среднегодового темпа роста показателей ЕГА над показателями региона свидетельствует об «оттягивании» ресурсов городской агломерацией, которая выступает в роли «экономической воронки».

Таким образом, городские агломерации в настоящее время выступают в качестве одной из основных форм модернизации и ускоренного развития и повышения конкурентоспособности территориальных образований, регионов и, следовательно, национальных экономик. В то же время неконтролируемое развитие агломераций может спровоцировать разбалансировку экономического пространства региона в силу концентрации социально-экономических ресурсов со всей территории, поэтому крайне важным становится внедрение управленческих процедур, а также согласованность действий представителей науки и государства с тем, чтобы получить наибольшие преимущества и повысить эффективность экономики и системы управления Российской Федерации.

Библиографический список

1. *Ижгузина Н. Р.* Концептуальные аспекты понятия «городская агломерация»: актуальные тенденции // Перспективы науки. 2014. № 6(57).
2. *Ижгузина Н. Р.* Расчет условно исчисленного валового агломерационного продукта (на примере крупных агломераций Свердловской области) // Журнал экономической теории. 2015. № 2.

3. *Муниципальные образования Свердловской области в 2015 г.*: стат. бюллетень / Свердловскстат. Екатеринбург. 2016.

4. *Силин Я.П., Анимица Е.Г., Новикова Н.В.* «Новая нормальность» в российской экономике: региональная специфика // Экономика региона. 2016. № 3.

5. *Социально-экономическое положение городов и районов Свердловской области в 2001–2005 гг.*: стат. сб. / Свердл. обл. комитет гос. статистики Госкомстата РФ. Екатеринбург, 2006.

6. *Социально-экономическое положение городских округов и муниципальных районов Свердловской области в 2010–2014 гг.*: стат. сб.: в 2 ч. / Свердловскстат. Екатеринбург, 2014.

7. *Татаркин А. И., Козлова О. А., Тимашев С. А., Бушинская А. В.* Исследование динамики структуры валового муниципального продукта // Безопасность критичных инфраструктур и территорий. 2012. Т. 3, № 1.

Научный руководитель *Я. П. Силин*

Б. М. Камалов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Малое предпринимательство как основа индустриализации Свердловской области

Аннотация. Статья посвящена малому предпринимательству, которое играет существенную роль в современном экономическом развитии Свердловской области, способствует формированию конкуренции и становлению экономики. Каждый будущий предприниматель, самостоятельно решает вопросы деятельности своего предприятия, исходя из экономической выгоды и рыночной конъюнктуры.

Ключевые слова: малое предпринимательство; предприятия; предприниматели; Свердловская область.

Перспектива развития Свердловской области зависит от всеобщей индустриализации, этому способствует сектор малого бизнеса. По нашему мнению, стоит обратить внимание на расширение сферы деятельности малого бизнеса, нуждающегося в государственной поддержке.

Одним из основных составляющих устойчивого социально-экономического развития Свердловской области является малое предпринимательство (см. таблицу).

Малый бизнес вносит значительный вклад в развитие экономики Свердловской области, обеспечивая достаточно высокую занятость. Так, по данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области, по состоянию на начало 2016 г. в Екатеринбурге было зарегистрировано 4,7 тыс. малых предприятий, 63,4 тыс. микропредприятий и 46,4 тыс. индивидуальных

предпринимателей¹. Количество малых предприятий и микро предприятий, осуществляющих деятельность, на начало 2016 г. превысило 25 тыс. ед. В сфере малого бизнеса мегаполиса работает более 300 тыс. чел.²

Показатели развития малого предпринимательства в Свердловской области за период 2011–2016 гг.

Год	Количество предприятий, ед.	Средняя численность работников, чел.	Оборот предприятий, тыс. р.
2011	7 544	267 076	529 631 537
2012	8 812	265 333	572 585 389
2013	7 850	244 576	519 993 762
2014	6 565	222 259	502 072 179
2015	8 589	233 013	546 524 709
2016 (6 месяцев)	4 601	134 083	234 397 332

Ключевыми факторами, способствующими развитию малого предпринимательства на территории Свердловской области, являются объемный внутренний рынок, наличие крупных игроков, относительно высокая покупательская способность населения³.

Вместе с тем, стабильно положительные тенденции развития малого предпринимательства в Свердловской области, опережающие темпы роста в сравнении с другими, аналогичными по объему и структуре экономики регионами страны, удалось достичь благодаря последовательной реализации региональной политики, направленной на поддержку и развитие предпринимательства.

В Свердловской области сформирована и успешно функционирует многоуровневая инфраструктура поддержки малого и среднего предпринимательства, основу, которой составляет Свердловский областной фонд поддержки малого предпринимательства, существующий с 2002 г.⁴

Основной проблемой малого бизнеса в Свердловской области является разобщенность. Если в экономически развитых странах малый бизнес тесно связан с крупными и средними фирмами на основе кооперирования и интегрирования, то специфической особенностью малого предпринимательства Свердловской области является отсутствие кооперации с крупными предприятиями.

¹ *Федеральной службы государственной статистики.* URL: <http://www.gks>.

² *Итоги социально-экономического развития муниципального образования «город Екатеринбург» за 2016 г.* URL: <http://екатеринбург.рф/дляработы/экономика/развитие> (дата обращения: 19.03.2017).

³ *Конкурентоспособность малого предпринимательства.* URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=22472801> (дата обращения: 19.03.2017).

⁴ *Официальный сайт Свердловской области в сфере малого и среднего предпринимательства.* URL: <http://www.uralonline.ru> (дата обращения: 19.03.2017).

Для повышения эффективности общественного производства необходимо увеличивать малые предприятия в реальном секторе, для чего необходимо создавать соответствующие условия. Малый бизнес в первую очередь стремится в те сферы экономики, которые обеспечивают ему наибольшую прибыль и рентабельность. По мере заполнения этих сфер малый бизнес устремляется в другие, менее привлекательные, где рентабельность намного меньше, чем уже освоенных. Поэтому весьма актуальна интеграция малого и крупного бизнеса¹.

Малое предпринимательство обеспечивает мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и кооперацию, без которых невозможна его высокая эффективность. Оно способно не только быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, но и сравнительно быстро окупаться. А также создавать атмосферу конкуренции и ту среду предпринимательства, без которой рыночная экономика невозможна².

Важно отметить, что современное предпринимательство – это целая философия, стиль жизни, набор качеств и даже принципов. А самое главное – движущая сила личности, которая проявляется в саморазвитии, новых идеях, решимости и умении их воплотить в жизнь, а также готовности взять на себя ответственность.

Научный руководитель *О. Н. Михайлюк*

Т. Ю. Кузнецова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Анализ туристической привлекательности Республики Башкортостан

Аннотация. В статье проводится анализ основных факторов, формирующих конкурентоспособность туристической привлекательности республики Башкортостан, а также рассматриваются примеры особенно привлекательных для туристов санаторных и рекреационных мест данного региона.

Ключевые слова: туристическая привлекательность региона; конкурентоспособность региона; факторы привлекательности региона; природный ландшафт; экология.

Республика Башкортостан – одно из красивейших и богатейших многовековыми культурными традициями мест Российской Федера-

¹ *Официальный сайт* министерства экономического развития свердловской области. URL: <http://economy.midural.ru> (дата обращения: 19.03.2017).

² *Стратегия* развития малого предпринимательства в Свердловской области до 2030 г. URL: <http://yandex.ru/clck/jsredir?from=yandex.ru> (дата обращения: 19.03.2017).

ции. Неповторимость природного ландшафта, богатство лесов и рек – все это составляет величие, особенность и уникальность величественного Башкортостана.

Если брать во внимание географическое расположение республики, то Башкортостан можно найти на карте России в южной части Уральских гор и равнин Предуралья и Зауралья, на границе Европы и Азии. Столица республики – город Уфа в свою очередь, является городом-миллионником с численностью населения (по данным переписи 2016 г.) равного 1 110 976 чел., что уже на протяжении нескольких лет обеспечивает городу уверенное 11-е место среди 15 городов – миллионников Российской Федерации¹.

В Башкортостане достаточное внимание уделяется развитию туризма наряду с такими проектами, как «Развитие новых индустрий и рынков и создание агропромышленного кластера». Туризм республики в проекте создания модели сбалансированного развития территорий рассматривается как одно из основных направлений развития Башкирии до 2030 г. в рамках программы «Стратегия-2030».

Развитие туристической зоны Башкортостана включено в программу стратегии «2030» было не беспричинно. Башкортостан довольно знаменит своими разнообразными рекреационной экологически чистой и туристической зонами. Так, например, по итогам 2016 г. республика Башкортостан занята 12-е место в рейтинге самых привлекательных для туризма регионов России. Данная оценка проводилось экспертами с учетом десяти различных показателей. Первый показатель – «уровень развития гостиничного бизнеса и инфраструктуры»: на протяжении уже трех лет в столице республики представлена гостиница одной из самых крупных и престижных гостиничных сетей мира – Hilton, что создает привлекательность региона на уровне класса lux. Вторым показателем являлась общая значимость туристической отрасли в экономике региона. Данная отрасль в Башкортостане активно развивается: в сфере туризма занято около 13% от общего числа населения республики, что достаточно много для развитого в областях производства региона. Следующими показателями выступали: оборот туристических услуг (объем средств, заработанных в сфере туризма), популярность региона у россиян и иностранцев, по данным показателям можно отметить то, что туристическая привлекательность республики заметно возросла во время проведения в Уфе саммитов ШОС и БРИКС, привлекущих собой множество иностранных журналистов, например, из Австрии и Германии, которые в последующем сняли целые фильмы о республике для

¹ Республика Башкортостан. Уникальность природного ландшафта. URL: <http://ufa2015.bashkortostan.ru/bashkortostan>.

жителей своих стран, тем самым еще раз, поспособствовав продвижению узнаваемости и повышению привлекательности региона. По одному из показателей: туристская уникальность, республика особенно отличилась от своих соперников, поскольку, в Башкортостане глубоко чтятся традиции и уважается культурное наследие, что обеспечило практически каждому городу республики богатое историческое прошлое, и, посетив любой город республики, турист обязательно встретит на своем пути часть культурного наследия.

Одним из активно развивающихся направлений республики, которое также было одним из критериев оценки туристической привлекательности, является высокое экологическое «здоровье» региона, так, например, в 2017 году, названным годом экологии, планируется реализовать уникальный для России экологический проект, который, по словам президента республики, по своим масштабам не имеет российских аналогов: в Башкирии запустят в эксплуатацию третий пусковой комплекс, благодаря которому решится вопрос об обеспечении города высококачественной водой, как минимум на 70 лет вперед, что немало важно, поскольку всем известен тот факт, что качество воды в крупных городах значительно отличается от того, что представлено в более мелких городах и районах. Также, в год экологии руководством республики решено уделить достаточное внимание вторичной переработке сырья: в 2017 г. планируется открытие трех новых полигонов ВПТБО¹.

В продолжении поиска подтверждения туристической привлекательности республики Башкортостан, можно принять во внимание тот факт, что не так давно в одном из самых часто посещаемых людьми мест столицы РФ: в Московском метрополитене была проведена большая фотовыставка, посвященная Башкортостану. В галерее «Метро» на станции «Выставочная» были представлены завораживающие красотой пейзажи, достопримечательности, колоритные портреты местных жителей, которые были отобраны Союзом фотохудожников России в ходе проведенного конкурса «Открой Башкортостан». В первые дни данной выставки посетителям предоставлялась возможность послушать этническую музыку в исполнении Национального оркестра народных ин-

¹ *Будь в тренде – саммиты ШОС и БРИКС.* URL: http://investrb.com/in_trend.php; *Ефимов О. Н., Гурьянова А. Д.* Пути совершенствования услуг гостиничного предприятия в туристском бизнесе в Республике Башкортостан // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2015. № 12(39); *Кузнецова Н. В.* Три новых полигона для переработки ТБО // МедиаКорСеть – новости Уфы и Башкирии. URL: <http://www.mkset.ru/news/pulse/18-01-2017/35517>; *Мишibaева А. Р.* Уникальный для России эко-проект // UfaTime.ru. URL: <http://ufatime.ru/news/2017/02/15/v-bashkirii-zapuskayut-unikalnyj-dlya-rossii-eko-proekt>; *ToDay News Ufa.* Туризм. Башкортостан занял 12-е место в рейтинге туристической привлекательности регионов. URL: <http://tdnu.ru/article/tourism/bashkortostan-zanyal-12-oe-mesto-v-rejtinge-turisticheskoy-privlekatelnosti-regionov>.

струментов Башкортостана и популярной уфимской этно-рок-группы «Аргымак». Данная выставка – концерт под названием «Праздник Курая», по словам организаторов, вызвала восторг и заинтересованность башкирской культурой у многих посетителей¹.

Что касается привлекательности Башкортостана со стороны иностранных туристов, то следует отметить, что после проведения вышеупомянутых саммитов, заинтересованность к уникальным местам республики проявляется не только со стороны жителей России, но и от гостей из Европы, которые уже ни раз, после проведения саммитов, вновь посетили республику и познакомились поближе с ее национальными традициями. Заметен приток европейских туристов, которым наскучили пляжи Азии, Средиземного и Эгейского морей, нашедших для себя в Башкирии альтернативные виды отдыха, что неудивительно, поскольку, по их словам, красоты республики западают в душу с первого взгляда. И все, что было нужно для их первичного посещения – это просмотр небольшого фильма о Башкортостане, созданный их журналистами за время проведения саммитов.

Проводя дальнейший анализ туристической привлекательности республики Башкортостан, также следует отметить, что по завершении 2016 года, Башкортостан вошел в топ 10 – и популярных у туристов регионов России: в 2016 г. прирост платных услуг в сфере туризма в Башкирии составил 14%, (17,3 млрд р.), темпы роста в три раза превысили общероссийский показатель и в семь – по ПФО.

В подтверждении поиска туристической привлекательности республики Башкортостан, следует обратить особое внимание на привлекательные для посещения туристами места, которые и являются реальным подтверждением рассматриваемого в данной статье вопроса. Прежде всего стоит обратить внимание, на лицо республики: ее знаменитые уникальные рекреационные и санаторно-курортные зоны. Санаторно-курортная зона Башкортостана – один из ее давно признанных брендов. Она отличительна уникальным сочетанием лечебных факторов, например, на территории республики находятся геотермальные и минеральные источники, что в дополнении с целебными природно-климатическими условиями и создает ее уникальность. Широко известными в стране здравницами Республики Башкортостан являются: «Зеленая Роща», «Красноусольск», «Янган-тау», «Якты-куль», «Карагай». Абсолютно все представленные выше курортные зоны оснащены последними передовыми оздоровительными технологиями и достижениями медицинской науки. Во всех санаториях работают только высоко-

¹ *Тема Уфа*. Открытие фотовыставки о Башкортостане в московском метро. URL: <http://www.temaufa.ru/news/culture/item/40744>.

классные коллективы, не случайно на отдых именно в башкирские здравницы приезжают десятки тысяч человек из разных регионов России и из-за рубежа.

Популярными в республике также считаются и достаточно развитые туристическо – развлекательные историко-культурные центры. Особенно заметны и востребованы такие горнолыжные курорты, как «Абзаково», «Банное», «Павловский парк», «Звездный», «Мраткино», «Арский камень», которые находятся в районах неповторимо красивых природных ландшафтных местах.

Для удобства туристов ежегодно разрабатываются и совершенствуются специальные тематические маршруты, такие, как, например, литературный тур «Аленький цветочек», круиз по Юмагузинскому водохранилищу на реке Белой с отдыхом на дебаркадерах, тур «Медвежий угол», маршрут «По следам Салавата Юлаева», маршруты «Ожерелье Южного Урала», «Малая Башкирия», «Weekend Ufa», «Бирск – город купеческий, город ремесленников», «Золотая лихорадка», «Золотой пояс Урал батыра», «Фотоохота на глухаря и тетерева» и «В гости к сохатому».

В 2016 г. особенно популярными для посещения туристами стали такие не так давно обновленные места, как Капова пещера, Юмагузинское водохранилище, туристско-рекреационной парк «Шиханы». Одним из самых часто посещаемых, ярких примеров можно считать с гору Ирмель, на которую также проложено несколько проверенных троп и организованно немалое количество специальных маршрутов.

Таким образом, можно сделать вывод, что республика Башкортостан была и остается туристически – привлекательным регионом Российской Федерации и не собирается останавливаться на пути своего развития.

Научный руководитель *А. А. Федотова*

В. Л. Лушпина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Современное состояние и перспективы развития строительства в Российской Федерации

Аннотация. Предметом исследования в статье выступает строительная деятельность в РФ. Выделены тенденции строительной деятельности в Российской Федерации; определены ключевые проблемы в строительной деятельности и пути их решения.

Ключевые слова: строительство; строительная деятельность; государственные капитальные вложения по отдельным федеральным целевым программам.

Строительство является одним из главных катализаторов экономического роста в России. Оно обеспечивает ввод новых, реконструкцию, расширение и техническое перевооружение существующих основных фондов в отраслях материального производства и непроектируемой сферы [1].

Российская архитектурно-строительная энциклопедия дает следующую трактовку:

«Строительный комплекс – совокупность отраслей, производств и организаций, характеризующуюся тесными устойчивыми экономическими, организационными, техническими и технологическими связями в получении конечного результата – обеспечении производства основных фондов народного хозяйства».

Согласно общероссийскому классификатору экономической деятельности (ОКВЭД), строительство как вид деятельности в разделе «F» включает следующие подразделы: строительство зданий, строительство инженерных сооружений, работы строительные специализированные¹.

В последние годы стали заметны негативные тенденции в отечественной строительной деятельности.

Во-первых, сокращение инвестиций в строительную деятельность (см. рисунок).

Во-вторых, сокращение доли численности рабочих в общей численности занятых в Российской Федерации (табл. 1).

В-третьих, сокращение среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в строительной деятельности (табл. 2).

¹ *Общероссийский классификатор экономической деятельности (ОКВЭД)* (утв. Постановлением государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии от 31 января 2014 г. № 14-ст).



Инвестиции в основной капитал и объем строительных работ
в январе 2011 г. – марте 2016 г.¹

Таблица 1

**Численность и доля занятых в строительстве
от общей численности занятых в Российской Федерации**

Показатель	2013	2014	2015
Численность занятых, тыс. чел.:			
в Российской Федерации	71 391,5	71 539,0	72 323,6
в строительстве	2 825,8	2 734,4	2 619,0
Доля занятых, %:			
в Российской Федерации	100,0	100,0	100,0
в строительстве	3,9	3,8	3,6

Таблица 2

**Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата и доля
от общей начисленной заработной платы в РФ, р., %**

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015
Номинальная начисленная заработная плата, р.:					
вся экономика	23 369,2	26 628,9	29 792,0	32 495,4	34 029,5
строительство	23 682,0	25 950,6	27 701,4	29 354,3	29 960,0
Доля начисленной заработной платы, %:					
вся экономика	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
строительство	101,3	97,5	92,9	90,3	88

Также эксперты выделяют следующие проблемы, стоящие перед строительным комплексом страны²:

¹ *Инвестиции* в основной капитал по видам экономической деятельности в РФ // Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.

² *Состояние* и перспективы строительной отрасли Российской Федерации в 2016–2017 гг. URL: <http://www.indexbox.ru>.

несоответствие основных направлений государственной градостроительной политики запросам общества;

необходимость совершенствования регуляторной деятельности в сфере строительства;

необходимость перехода к интегральной оценке затрат в строительной сфере исходя из стоимости всего жизненного цикла объектов капитального строительства;

дефицит квалифицированных кадров.

Следует отметить, что реакция нынешнего российского правительства является достаточно оперативной, – по многим заслуживающим внимания вопросам официальные лица делают своевременные заявления, обещая наращивание объемов финансирования, действуют Федеральные целевые программы (табл. 3).

Т а б л и ц а 3

**Государственные капитальные вложения
по отдельным федеральным целевым программам в 2015 г.**

Показатель	Использовано, млн р.	% к итогу
Федеральные целевые программы:	454 398,8	100,0
«Жилище» на 2011–2015 г.	2 460,3	0,5
«Повышение устойчивости жилых домов, основных объектов и систем жизнеобеспечения в сейсмических районах Российской Федерации на 2009–2018 гг.»	5 205,1	1,1
«Социально-экономическое развитие Республики Ингушетия на 2010–2016 гг.»	4 706,9	1,0
«Развитие транспортной системы России (2010–2020 гг.)»	232 129,6	51,1
«Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 г.»	64 042,0	14,1

Необходимо оказывать приоритетное воздействие на инвестирование в строительство и жилищно-коммунальное хозяйство. Инвестиции выступают связующим звеном между участниками строительства и одновременно движущей силой строительного производства [2].

По мнению автора, реализация федеральных целевых программ способны решить ряд проблем. За счет эффективных мер государственного стимулирования развития строительного комплекса будут обеспечены темпы роста на уровне, прогнозируемом инновационным сценарием Минэкономразвития России для промышленности в целом.

Таким образом, государственная поддержка строительной деятельности отвечает требованиям сложившейся в России экономической ситуации – кризису, требующему эффективных, взаимовыгодных действий и решений от представителей власти.

Библиографический список

1. *Алексеев В. А.* Недвижимое имущество. Государственная регистрация и проблемы правового регулирования. М., 2007.
2. *Виноградов Д. В.* Экономика недвижимости: учеб. пособие. М., 2007.

Научный руководитель *Н. В. Сбродова*

Е. Н. Мелентьева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Актуальные вопросы развития регионального рынка глянцевых изданий

Аннотация. В статье отражены тенденции изменения рынка печатных глянцевых изданий города Екатеринбурга. Автор рассматривает особенности ключевых участников рынка глянцевых изданий. Обозначена проблема переориентации рекламного рынка печатной прессы, указаны направления развития регионального рынка глянцевых изданий.

Ключевые слова: рекламный рынок Екатеринбурга; глянцевые издания; конкурентоспособность; факторы принятия решения; целевая аудитория; рекламные материалы.

Екатеринбург, по праву признан, одним из самых динамично развивающихся городов Российской Федерации. Население города стремительно увеличивается и к 2017 г. достигло 1,456 млн чел., по данным Управления Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области¹. Рекламный рынок города Екатеринбурга занимает третье место по объему региональных рекламных бюджетов после Москвы и Санкт-Петербурга. Важной отличительной особенностью Екатеринбурга от большинства других городов является то, что многие местные игроки (рекламные агентства, медиа площадки, рекламодатели) занимают на локальном рекламном рынке по-настоящему достойное место среди компаний федерального масштаба. Однако, не смотря на позитивные рейтинги, в настоящее время, на рынке рекламы происходят существенные изменения, а также перераспределения бюджетов от стандартных носителей рекламы к инновационным. В частности, большим изменениям подвергается рынок глянцевой прессы. Рынок глянцевых СМИ в Екатеринбурге представлен изданиями, имеющими различное функциональное назначение и преследующими различные цели и задачи. Формату «классического» (традиционного) глянца, отве-

¹ *Управления* Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области. URL: http://sverdl.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/sverdl/ru/municipal_statistics/sverdlMstat/main_indicators.

чают лишь несколько игроков, которые и ведут конкурентную борьбу за рекламные бюджеты и преимущественное распространение.

Основные участники «глянцевого» рынка Екатеринбурга представлены следующими изданиями.

1. Журнал «Стольник» Издатель ООО «ГЛОБАЛ МЕДИА» (Екатеринбург) радует жителей своим присутствием с 2000 г., 11 раз в год, тиражом 12 000 экз. Журнал повествует о жизни города, интересных открытиях, мероприятиях, новинках в сфере моды и красоты, рассказывает о самых заметных новостях городской культуры, модных и социокультурных трендах. Позиционирует себя – как журнал о модной городской жизни. Средний возраст представителя аудитории – 35 лет, представление по половой принадлежности мужчины – 32% и женщины – 68%, это люди с доходом «средний и выше среднего», являются руководителями, наемными сотрудниками, а также владельцами бизнеса¹.

2. Журнал «ЕКБ.Собака.ру» – издатель ООО «Медиасоюз» (Екатеринбург) издается по франшизе Санкт-Петербург. Выходит издание 11 раз в год, тиражом 11 000 экз. (заявлено на сайте, «живой тираж» – неизвестен). Журнал рассказывает о жизни города Екатеринбурга, его жителях и гостях. Герои журнала – это спортсмены и политики, актеры и бизнесмены, художники и музыканты, меценаты и медики. Позиционирование – городское издание о людях и их деятельности. Аудитория журнала молодая от 25 до 45 лет, преимущественно женская 51%, имеют высшее образование 63%, уровень доходов – «средний и выше», 35% аудитории являются руководителями².

3. Журнал «HAPPY», Издатель ООО «ТЭН» г. Екатеринбург выходит семь раз в год, тиражом 20 000 экз. позиционирование – модный гляцевый журнал Екатеринбурга, издающийся с 1998 года, и уже 18 лет успешно работающий на luxury рынке одного из самых богатых регионов страны. Ядро целевой аудитории журнала это люди от 35 до 60 лет. 75% – женщины, 25% - мужчины. Аудитория с высоким уровнем дохода. Журнал имеет уникальную систему распространения Екатеринбург – Челябинск – Сургут – Ханты Мансийск. Охват Северного региона, позволяет журналу быть интересным не только региональным рекламодателям, но и федеральным³.

4. Журнал «InFashion» (прошлое название «WTF»), Издательский дом «DV-PRESS» (Екатеринбург) – говорит о моде, тенденциях в сфере

¹ Медиакит журнала «Стольник». URL: <http://www.stolnick.ru/franchise/info> (дата обращения: 17.03.2017).

² Медиакит журнала «ЕКБ.Собака.ру». URL: <http://www.sobaka.ru/ekb/marketing> (дата обращения: 17.03.2017).

³ Медиакит журнала «HAPPY». URL: <http://happymagazine.ru/downloads.html> (дата обращения: 17.03.2017).

красоты и здоровья, жизни в обществе и последних достижениях luxury-индустрии. Выходит в Екатеринбурге с 2014 г., тиражом 7 000 экз. Целевой аудиторией журнала являются женщины 86% возраста от 20 до 50 лет. Представители аудитории следят за модой, новинками, трендами и стилем It-girls. Читают о новых заведениях, о новинках в сфере ухода и красоты.

5. Журнал «Бизнес и Жизнь», Издательский дом «Абак-пресс» (Екатеринбург) – пишет о бизнесе и людях, которые строят свой бизнес в Екатеринбурге и регионах, в условиях современных реалий. Выпускается с 2006 г., ежемесячно, тиражом 12 000 экз. Читатели журнала – активная, взрослая аудитория с уровнем дохода «выше среднего». Уделяют большое внимание здоровью и проявляют интерес к повышению уровня образования. Разделение по гендерному признаку: Мужчины – 61% Женщины – 39%; возраст аудитории от 30 до 50 лет. Образование: Высшее – 92% Среднее специальное или незаконченное высшее – 8%; Эти люди являются собственниками и/или ТОП-менеджерами компаний – 90% а также занимают руководящие посты в чужих компаниях – 10%².

Учитывая обилие рекламных предложений, у рекламодателя возникают закономерные вопросы по выбору эффективного канала коммуникации. Как правило, компании, заинтересованные в печатной рекламе принимают решение на основе совокупности факторов, таких как: стоимость выхода, личные предпочтения или/и рекомендации, имеющийся опыт и предоставление бонусов/привилегий. К сожалению, на данный момент только эксперты в области рекламы могут дать четкую оценку факторов, влияющих на принятие решения о размещении в том или ином глянцевом журнале.

Проанализировав целевые аудитории журналов, можно дифференцировать глянец по половой принадлежности, по возрасту и уровню дохода аудитории. Это значит, что при построении рекламной кампании нацеленной на мужчин имеет смысл сделать ставку на журнал «Бизнес и Жизнь» и журнал «Собака», однако необходимо учесть ценовую политику рекламируемых товаров и услуг, это значит, что при рекламе дорогостоящего мужского товара можно выбрать «Бизнес и жизнь», а при более низкой стоимости продукта – журнал «Собака». Таким образом, попадание в целевую аудиторию будет выше – это значит, что эффективность такого размещения будет больше. При работе

¹ Медиакит журнала «inFashion». URL: <http://wtf-magazine.com/partners> (дата обращения: 17.03.2017).

² Медиакит журнала «Бизнес и Жизнь». URL: <http://www.bzonline.ru/promotion> (дата обращения: 17.03.2017).

с женской аудитории необходимо ориентироваться на возрастные показатели, а также уровень дохода. Большая часть глянцевого журналов ориентирована на женскую аудиторию, однако у журнала «HAPPY» женская аудитория старше и уровень дохода у нее выше. Это говорит о том, что у каждого из журналов есть своя уникальная целевая аудитория со своими ценностями, интересами и потребностями. Для того чтобы сделать рекламную кампанию наиболее эффективной необходимо учитывать особенности и отличительные черты каждого издания.

Важным фактором при выборе глянцевого издания также является стоимость размещения рекламы. Каждый из рассматриваемых журналов имеет свои ценовые предложения, однако при работе с каждым из журналов можно рассчитывать на бонусные программы (30–70%).

Традиционные средства донесения рекламной информации начинают уступать свои позиции digital-media, сети Интернет и социальные сетям. Для повышения роли интернет-коммуникаций от маркетологов требуется серьезное изучение методов их организации и продвижения в Интернете для достижения наибольшего эффекта¹. Этот переход от печатных изданий к интернет изданиям имеет целый ряд предпосылок. Печатная пресса имеет ограниченный тираж, ограниченный объем полос (страниц), а интернет порталы таких ограничений не ставят, следовательно предлагают больший охват и больший объем. Глянцевые журналы Екатеринбурга усиленно работают с социальными сетями и предлагают собственные «странички» как один из инструментов рекламы. Создание собственных мобильных приложений, а также организация мероприятий для своей аудитории позволяют глянцевым печатным изданиям привлекать новых и удерживать существующих рекламодателей за счет комплексных предложений (размещение в печатной версии, на интернет-портале, в социальных сетях, а также возможность быть партнерами при проведении мероприятий журнала).

Научный руководитель *Т. Л. Сысоева*

¹ Капустина Л. М., Мосунов И. Д. Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в сети. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015.

Внутренние факторы ценообразования лесопромышленных производств

Аннотация. В данной статье автором рассмотрены особенности ценообразования на продукцию лесопромышленных предприятий, а также выделены внутренние факторы, влияющие на ценообразование в лесопромышленном производстве.

Ключевые слова: ценообразование; особенности; лесопромышленное производство; факторы.

Лесоматериалы широко пользуются спросом не только как строительный материал, но и как вспомогательный в самых разных отраслях (например, в домостроении, в тяжелой металлургии и т. д.) В связи с многообразием их использования актуальны аспекты формирования цен на продукцию лесопромышленного производства

Ценообразование в этой сфере деятельности довольно специфическое из-за трудоемкости процесса и рассчитывается, как правило, исходя из средних издержек производства, так как они имеют свойство постоянно изменяться.

Так, на ценообразование в лесопромышленной деятельности влияют такие внутренние факторы как:

- 1) стоимость аренды земли;
- 2) логистические и транспортные расходы;
- 3) строительство лесных дорог;
- 4) обслуживание многочисленной техники и оборудования;
- 5) заработная плата;
- 6) налоги;
- 7) амортизация;
- 8) прибыль.

Цены производителей могут весьма отличаться друг от друга, разница может составлять до 35%. Это зависит не только от процента заданной прибыли, и внешней рыночной стоимости, но и от многочисленных других факторов затрат. Одним из таких факторов является оборудование. Как известно, новое оборудование необходимо окупать, начисленная амортизация закладывается в себестоимость продукции. Если же оборудование уже себя амортизировало, оно начинает приносить большую прибыль. Другое дело оборудование относительно «старое», которое требует постоянного обслуживания и ремонта. Тем ни менее эти затраты все равно меньше суммы начисляемой амортизации. Другой значимый фактор – это качество продукции. Если цена установ-

ливается ниже, то и качество соответственно снижается. А это напрямую зависит от качества оборудования.

Многие лесопромышленники сталкиваются с проблемой нерационального использования сырья из-за получаемых в ходе переработки древесины отходов, решением становится модернизация техпроцесса и строительство новых цехов по переработке вторсырья для получения безотходного производства.

Ценообразование так же зависит от масштаба производства. Чем больше масштаб, производительность, тем ниже и себестоимость производимого товара.

Автором проведены некоторые исследования по предприятию ООО «Тура-Лес» (Верхняя Тура), Свердловская область, Россия. Предприятие начинало свою деятельность с лесопильного цеха в 1994 году. На сегодняшний день, это дно из самых динамично развивающихся предприятий, занимающиеся глубокой переработкой древесины, ежегодная заготовка которого составляет 160 тыс. м³ древесины.

Для решения проблемы с рациональностью и полной переработкой сырья, было принято решение построить новые цеха по переработке отходов производства и получения новой продукции с целью расширения рынка сбыта. Так, в 2013 г. предприятие вышло на внешний рынок, заключив договор с металлургическим предприятием «ArcelorMittal» (г. Темиртау, Казахстан).

Выход на внешний рынок, это лучший показатель признания качества продукции.

В лесопромышленности монополистический вид конкуренции. Отсюда, понятно, что цены у всех продавцов разные. Однако количество производителей постепенно снижается из-за сложных внутренних факторов, например такого фактора как аренда земли, на которой будет производиться вырубка. С такой проблемой столкнулись многие как крупные, так и малые предприятия. «Лобвинский лесопромышленный комбинат» пос. Лобва, Свердловская область, Россия, который по этой причине был вынужден приостановить свою деятельность.

Таким образом, можно понять, что ценообразование в лесопромышленности не может быть идентичным на разных предприятиях, так как все зависит от технологической цепочки, используемых ресурсов, и многих других факторов, таким как расходный фонд, издержки предприятия, которые закладываются в себестоимость продукции, и является основной частью конечной стоимости продукции.

Научный руководитель *Т. С. Орлова*

Тренды на рынке сотовой связи России

Аннотация. В данной работе рассмотрены движущие факторы рынка сотовой связи, влияющие на изменение потребительской карты.

Ключевые слова: отрасль сотовой связи; стратегия развития; конкурентоспособность.

Вопросы институциональных условий разработки стратегии на региональном уровне рассмотрены в работах ряда авторов [1; 2; 3; 4].

Российский рынок сотовой связи, характеризовавшийся быстрым ростом в начале двухтысячных, к 2016 г. достиг своей зрелости. На начало IV квартала 2016 г. по оценкам AC&M Consulting общее число абонентов сотовой сети составило 254,59 млн абонентов (в среднем на человека приходится по 1,73 сим-карты, при численности населения на 2016 г. – 146,838 млн чел.), увеличившись на 1% по сравнению с началом III квартала 2016 г.; проникновение сотовой связи достигло 178% в среднем по России¹.

Стоит отметить, что рынок сотовой связи России – это олигополия, на котором функционирует «Большая четверка»: Мегафон, МТС, Вымпелком (Билайн) и Теле2, при этом их совокупная доля рынка составляет больше 90%. Остальная часть сотовых операторов представлена только на региональном уровне. Наиболее популярные среди них – Мотив, Смартс и Летай. На данный момент рынок можно описать следующими характеристиками: высокая концентрация, снижение цен, увеличение предоставляемых услуг и уменьшение темпов роста.

Проанализировав ситуацию в отрасли, были выявлены движущие факторы рынка сотовой связи, определяющие количество потребителей:

- а) демографический;
- б) потребительский;
- в) качественный;

По данным социологического опроса, среднестатистический клиент отрасли² – молодой человек, активно использующий возможности своего смартфона, особенно функцию передачи данных, при этом большая половина абонентов – мужчины (56,7%). По возрасту, наибольшая доля приходится на абонентов от 18 до 35 лет (50%), а наименьшая от 45 до

¹ Система профессионального анализа рынков и компаний. URL: <http://www.spark-interfax.ru/Front/Index.aspx> (дата обращения: 24.03.2017).

² Билайн, профиль интернет-юзера. URL: <http://mobile-review.com/articles/2017/bee-net-profile.shtml> (дата обращения: 25.03.2017); Портрет среднего пользователя Мегафон. URL: <http://spb.it.ru/news/n118913/> (дата обращения: 25.03.2017).

55 лет (12%). При этом на возрастание интереса к мобильной связи становятся постоянные инновации в устройствах – смартфоны и планшеты. Samsung, Sony, LG, Xiaomi, HP и другие производители все чаще стали анонсировать флагманские смартфоны с новой аппаратной составляющей и также начали развивать направление мобильных аксессуаров, что увеличивает количество заинтересованных пользователей в смартфонах, и соответственно в использовании сотовой связи¹.

Данный факт можно охарактеризовать второй тенденцией на рынке – популяризация услуг на базе передачи данных и смещение потребительского интереса от голосовых разговоров и смс-сообщений в пользу общения через мессенджеры и социальные сети. Самыми активными пользователями мобильного интернета среди абонентов являются мужчины от 25 до 35 лет с доходом 12–46 тыс. р. При этом больше всего трафика они потребляют с 20:00 до 21:00, а самыми активными днями недели по использованию мобильного интернета являются четверг и пятница, следует из анализа Big Data².

Согласно исследованию, на абонентов в возрасте меньше 18 лет приходится порядка 7% от общего объема потребленного трафика, 18–25 лет – 16%, 25–35 лет – 34%, 35–45 лет – 25%, 45–55 года – 12%, 55–64 года – 4%, а наименее активными являются абоненты от 64 лет – всего 2%.

Переход на активное пользование интернет трафика заставляет операторов развивать сеть, чтобы предоставлять абонентам качественные услуги связи и интернета. С появлением технологии MNP абоненты могут с легкостью переходить от одного оператора к другому за поиском лучшего соотношения цена-качество. Сейчас качество предоставляемых услуг можно рассматривать как третий движущий фактор на рынке. Поэтому одним из приоритетных направлений становится внедрение ИТ в развитие сети компании и воспитание «добросовестного пользователя». По мнению генерального директора «Вымпелкома» Шелля Мортена Йонсена, проверка абонентов, которые скачивают за месяц более 100 Гб информации, необходимо выявления пользователей, которые используют безлимитные тарифные планы коллективно или для non-stop скачивания/раздачи больших объемов информации³. По мнению аналитиков, всего несколько процентов таких абонентов могут существенно загрузить сеть оператора и понизить качество предоставляемых услуг для других абонентов.

¹ *Инновации* среди мобильных аксессуаров за 2016 г. URL: <http://xdan.ru/innovatsii-sredi-mobilnykh-aksessuarov-za-2016-god.html> (дата обращения: 23.03.2017).

² *Билайн*, профиль интернет-юзера. URL: <http://mobile-review.com/articles/2017/bee-inet-profile.shtml> (дата обращения 25.03.2017).

³ *Там же*.

Опираясь на данные тенденции сотовым операторам на рынке нужно работать по нескольким ключевым направлениям:

а) улучшение сервиса обслуживания, для повышения лояльности клиентов;

б) ориентация на инновационность как в продукте и продвижении, так и во внутренних бизнес-процессах, по средствам создания альянса оператора сотовой связи и IT-медиа провайдера – Netflix, IVI, Амедиа-тека и др. Предоставляя услуги в бандлах для покупки цифрового контента, а также развитие облачных хранилищ для распределения контента;

в) строительство и модернизация сети, для улучшения качества предоставляемых услуг.

Своевременная реакция на изменения, происходящие в отрасли и грамотная адаптация к ним, поможет сотовой компании занять лидирующие позиции на рынке.

Библиографический список

1. *Коковихин А. Ю.* Управление компетенциями на региональном уровне // Новая индустриализация: мировое, национальное, региональное измерение: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 6 декабря 2016 г.): в 2 т. / отв. за вып. Е. Б. Дворядкина; отв. ред.: Д. М. Назаров, В. А. Лазарев. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. Т. 2.

2. *Коковихин А. Ю., Огородникова Е. С., Уильямс Д., Плахин А. Е.* Факторы институциональной среды в оценке предпринимателем инвестиционного климата муниципального образования // Экономика региона. 2017. Т. 13, № 1.

3. *Огородникова Е. С.* Стратегический менеджмент: учеб. пособие. Екатеринбург, 2009.

4. *Павлова А. В.* Корректировка стратегии ПАО «мегафон» в соответствии с современными реалиями рынка сотовой связи // Аллея науки. 2016. № 2-2.

Научный руководитель *Е. С. Огородникова*

Современное состояние и перспективы развития налоговой системы Российской Федерации

Аннотация. Предметом исследования выступают перспективы развития налоговой системы Российской Федерации. Автор анализирует современное состояние системы налогообложения в России, выявляет ее проблемы, а также выделяет возможные пути совершенствования налоговой системы.

Ключевые слова: налоговая система; налог; налоговая политика; налоговый контроль; бюджет; перспективы развития.

В данной статье поднимается чрезвычайно важная проблема совершенствования налоговой системы Российской Федерации. В настоящее время налоги формируют основную доходную часть бюджета страны, а основным инструментом влияния государства на развитие экономики и установление приоритетов социального и экономического развития является налоговая система. Поэтому нужно, чтобы налоговая система Российской Федерации укреплялась и совершенствовалась, перенимала мировой опыт и была готова к любым экономическим изменениям. Актуальность темы обуславливается важностью и необходимостью совершенствования налогообложения, реформирования налоговой системы, формирования и развития налоговой культуры населения, которые бы отвечали современным условиям развития отечественной экономики.

Основы существующей налоговой системы Российской Федерации возникли в 1991 г., т. е. действующая налоговая система существует в России всего 25 лет. Для системы налогообложения это небольшой срок, за который ее еще не успели довести до идеала.

В октябре 2016 г. Министерством финансов Российской Федерации был опубликован проект основных направлений налоговой политики на 2017 г. и плановый период 2018 и 2019 гг. К основным мерам в области налоговой политики, планируемые к реализации в 2017–2019 гг., относятся:

1) стимулирование деятельности малого и среднего бизнеса, путем освобождения физических лиц, оказывающих на индивидуальной основе по найму некоторые виды услуг физическим лицам и не являющихся индивидуальными предпринимателями, от обложения налогом на доходы физических лиц на срок до 31 декабря 2018 г., в целях снижения неформальной занятости экономически активного населения;

2) совершенствование системы налогообложения добычи нефти путем снижения суммарной величины налогов, зависящих от валовых по-

казателей и введение налогообложения дополнительного дохода от добычи для стимулирования разработки новых месторождений и рационального недропользования;

3) анализ всех неналоговых платежей на предмет выявления платежей, имеющих налоговую природу, с последующим перенесением правового регулирования таких платежей в Налоговый Кодекс РФ, в целях снижения административной нагрузки на бизнес и др.

Улучшение функционирующей системы налогообложения основывается на переориентировании налоговой системы на повышение налогового бремени в отношении физических лиц при явной недоработке системы подоходного налогообложения, а также на прямые налоги и налоги на потребление, что является основным ее недостатком.

Существует проблема налогового управления. К изрядному увеличению трудоемкости в сфере налогового контроля приводят колоссальное число налогов, сложные методики их расчета и существование значительного числа бюрократических операций. Кроме того, очевидным минусом системы налогообложения считается нестабильность законодательства о налогах и сборах, так как в Налоговый кодекс Российской Федерации зачастую вносятся изменения. Еще одной проблемой налоговой системы России является то, что она совершенно не передает существующую необходимость в инновационном развитии государства.

Также стоит выделить проблему увеличения задолженности по налогам и сборам в бюджетную систему РФ. С 2011 по 2015 г. задолженность увеличилась на 22,5%. Если рассматривать налоги и сборы по уровням, а также налоги со специальным налоговым режимом, то можно также проследить их постепенное увеличение. Единственное исключение составляет задолженность по федеральным налогам и сборам, которая уменьшилась с 2014 по 2015 г. примерно на 2% (см. таблицу).

Задолженность по налогам и сборам в бюджетную систему Российской Федерации за 2011–2015 гг., тыс. р.

Год	Всего	В том числе по:			
		федеральным налогам и сборам	региональным налогам и сборам	местным налогам и сборам	налогам со специальным налоговым режимом
2011	675 308 327	553 174 066	77 771 770	26 664 922	17 697 569
2012	728 164 852	591 689 257	83 658 822	32 504 165	20 312 608
2013	770 308 170	610 187 991	96 558 321	39 264 925	24 296 933
2014	802 681 722	613 628 993	113 669 482	49 638 062	25 745 185
2015	827 344 753	602 451 068	136 839 940	60 193 059	27 860 686

Примечание. Составлено по: Данные по доходам федерального бюджета в разрезе основных видов доходов. URL: <http://datamarts.roskazna.ru>.

Преобразование системы налогообложения должно осуществляться поэтапно на основе продолжительного и точного анализа ситуации с

поступлением налогов. Любое существенное изменение налоговой системы может привести к тому, что, в лучшем случае, налоговые доходы бюджета не увеличатся, а в худшем, бюджет потеряет источники дохода, так как налогоплательщики начнут уклоняться от уплаты налогов.

Основной объем налоговых поступлений в федеральный бюджет обеспечивают такие виды налогов, как налог на прибыль организаций, налог на доходы физических лиц и налог на добавленную стоимость. Данные налоги составляют примерно 20–25% от общего числа всех федеральных налогов. Необходимо усовершенствовать данные налоги для достижения целей государства, которые установлены в настоящий момент. На данный момент усовершенствование налогов целесообразно добиваться путем введения прогрессивной системы налогообложения и введения значительных налоговых льгот для организаций.

В теории существует три типа налоговой политики – политика максимальных налогов, политика разумных налогов и политика максимальных налогов со значительной социальной защитой. При существующих обстоятельствах (санкции против России, слаборазвитая хозяйственная деятельность) правительству следует проводить совокупность первого и второго типа налоговой политики.

Также существует необходимость в улучшении налогового контроля. Необходимо выявлять и пресекать налоговые правонарушения, а не устраивать глобальный налоговый контроль, иначе это обернется еще большим недовольством населения. Иностранные государства в налоговом контроле значительное внимание уделяют на оказание услуг и проведение различных мероприятий, целью которых является направление налогоплательщиков на принудительное выполнение своих обязанностей по уплате налогов. Опыт зарубежных стран по оказанию бесплатных услуг помог бы уменьшить уклонения от уплаты налогов.

У организаций и населения есть некоторые возможности по снижению налоговых платежей. Например, приобретая основные средства, компания может использовать лизинговые схемы или, используя определенные элементы учетной политики, организация способна снизить свои налоговые обязательства. Данные моменты являются недочетами в Налоговом кодексе РФ. Нужно лишить предприятия и граждан всех законных способов уклонения от налогов. Необходимо изменить Налоговый кодекс таким образом, чтобы снижать налоговые обязательства и получать определенные льготы могли только те люди и организации, которые работают в нужном для государства виде деятельности.

Подводя итог, можно выделить основные направления, в которых необходимо работать – совершенствование налогового администрирования, изменение налогового законодательства, реформирование некоторых видов налогов, структурная реорганизация налоговых органов, улучшение условий для добровольного исполнения налогоплательщиками своих налоговых обязательств и др.

Научный руководитель *О. А. Беликова*

И. А. Плисова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Факторы, влияющие на процессы трудовой миграции: теоретический аспект

Аннотация. Трудовая миграция во всем мире – это объективный процесс, на который влияет множество факторов. Это могут быть экономические, политические, культурные, инфраструктурные, демографические факторы, социальные. В статье проводится систематизация факторов, воздействующих на трудовую миграцию на мезо-, макро- и других уровнях.

Ключевые слова: факторы трудовой миграции; трудовая миграция; внутренняя трудовая миграция; международная трудовая миграция; глобализация.

Исследование трудовой миграции на уровне мира, страны или региона предполагает изучение территориального перемещения рабочей силы в мире, в пределах страны или региона. В основе трудовой миграции лежат потоки рабочей силы, которые предполагают постоянную или временную смену места жительства в связи со сменой работы. Потоки рабочей силы могут также представлять собой регулярное двустороннее перемещение между местом жительства и местом работы.

Практически во всем мире анализ территориальной мобильности включает исследование проблемы урбанизации трудовых ресурсов. Прежде всего, это связано с тем, что в городах рождаемость ниже, а концентрация производства и бизнеса выше, чем в сельской местности. Уровень доходов в городской местности тоже выше, что и привлекает трудовых мигрантов.

Трудовая миграция в мире, стране или регионе может быть обусловлена распределением доходов. Это экономический фактор трудовой миграции, как и размер дохода. Работники, получающие низкую заработную плату, будут стремиться к переезду на те территории, где доля работников, получающих заработную плату, близкую к средней, выше. Поэтому у них больше шансов улучшить свое материальное положение.

С точки зрения некоторых ученых, базовой моделью, позволяющей рассмотреть перемещения населения, является модель «Тяни-толкай», разработанная в середине XX века Э. С. Ли [7]. Согласно данной модели в мире, в стране или в регионе действуют определенные группы факторов, которые выталкивают рабочую силу или привлекают ее. К факторам, способствующим убытию рабочей силы, можно отнести:

- высокий уровень безработицы;
- положительный естественный прирост населения;
- бедность, экономическая стагнация.

К факторам, способствующим притоку рабочей силы, относятся: нехватка рабочей силы;

высокие темпы экономического роста по сравнению с другими регионами;

увеличение третичного сектора экономики (сектора услуг).

Стоит отметить, что С. Еберг поделил факторы выталкивания на жесткие и мягкие. К мягким факторам, например, относятся реальные и ожидаемые доходы, пенсионное обеспечение, льготы со стороны государства. К жестким факторам относятся войны в стране, конфликты, катастрофы, кризисные явления [5, с. 14].

Наряду с вышеперечисленными факторами действуют и такие обстоятельства, как транспортные издержки, недостаток или асимметрия информации о предполагаемом регионе, растущие с увеличением расстояния между регионами. Данные факторы являются ограничителями потоков трудовых ресурсов, особенно на региональном уровне.

В современных условиях увеличилась миграция между странами всего мира, и это обусловлено глобализацией экономического развития, универсализацией рынков труда во всем мире. В этой связи выделяются две концепции, объясняющие международную миграцию [1, с. 54]:

обмен знаниями и опытом, «приток умов» и «утечка умов». Данная концепция предполагает поиск нового места работы с учетом имеющихся профессии и квалификации. Обмен знаниями и опытом осуществляется в условиях двустороннего обмена информацией о положении участвующих стран. Подобная теория присуща экономикам всех стран. И под информацией понимаются сведения и о рынке труда, и о финансах, и о товарных рынках, и об уровнях жизни;

растрата умов. Данная концепция предполагает отток высококвалифицированных кадров, который влечет за собой потери для общей рабочей силы страны-экспортера. Последствием такого процесса является снижение уровня жизни и потенциальных способностей к развитию.

К основным факторам, которые способствуют международной миграции, можно отнести спрос на неформальный труд и размеры тене-

вой экономики. Во всем мире количество нелегальных трудовых мигрантов составляет от 10 до 15% всех мигрантов [6].

Факторы трудовой миграции

Факторы, поддающиеся объективной оценке	Факторы, слабо поддающиеся объективной оценке	Факторы, не поддающиеся объективной оценке
1) средняя заработная плата в стране или регионе отправления; 2) средняя заработная плата в стране или регионе назначения; 3) прожиточный минимум в стране или регионе назначения; 4) стоимость миграционных расходов; 5) стоимость жизни в странах или регионах назначения и отправления	1) рост населения; 2) экономический рост; 3) динамика безработицы; 4) национальная задолженность; 5) динамика инвестиций; 6) величина процентных ставок; 7) справедливость распределения прибавочной стоимости в обществе	1) воздействие родственников; 2) миграционные традиции; 3) наличие диаспоры в месте назначения; 4) специальные программы; 5) наличие двухсторонних договоров

Большой интерес представляет собой классификация факторов трудовой миграции, основанная на трудах А. Льюиса, М. Тодаро, Г. Беккера. Благодаря их исследованиям, Е. В. Козлова выделила факторы трудовой миграции, поддающиеся объективной оценке, слабо поддающиеся объективной оценке и не поддающиеся объективной оценке (см. таблицу) [3, с. 136].

Факторы, представленные в таблице, можно дополнить социокультурными и политическими. Данные факторы оказывают значительное влияние на процессы трудовой миграции, поскольку от них зависит, будет ли трудовой мигрант дискриминирован в обществе, а также как быстро он социализируется в новом обществе.

Нельзя не отметить такой фактор, как развитие инфраструктуры в стране или регионе. Ее развитие всегда притягательно, особенно для мигрантов из неблагополучных стран, потому что инфраструктура определяет удобство и комфорт пребывания на территории. Уровень развития инфраструктуры определяет способность бизнеса взаимодействовать между собой [4].

Таким образом, на мировом, национальном и региональном уровне выделяются различные факторы, влияющие на процессы трудовой миграции. Это внутренние и внешние факторы, стимулирующие и сдерживающие факторы, поддающиеся и не поддающиеся оценке и анализу. Эти факторы должны обеспечивать устойчивое развитие в стране или регионе, ведь процессы трудовой миграции могут и повышать, и понижать конкурентоспособность экономики страны или региона; могут угрожать благополучному развитию, экономической и нацио-

нальной безопасности [2, с. 79]. Анализ факторов трудовой миграции может помочь спрогнозировать потоки рабочей силы и оценить вероятность формирования международных и региональных потоков трудовых мигрантов для осуществления адекватной политики государства.

Библиографический список

1. *Бутарева Е. В.* Трудовая миграция рабочей силы: факторы, территории, результаты // Бюллетень научных работ Брянского филиала МИИТ. 2012. № 2(2).
2. Дворядкина Е. Б., Силин Я. П., Новикова Н. В. Экономическая безопасность: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016.
3. *Козлова Е. В.* Современные факторы динамики международной трудовой миграции и миграционной привлекательности стран // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. № 2(27).
4. *Комарова О. В., Чернов С. А.* Партнерство малого и крупного бизнеса: комплексная оценка эффективности // Управленец. 2016. № 2(60).
5. *Кузьмин А. И., Бедрина Е. Б., Тухтарова Е. Х., Носов А. А.* Формирование потоков трудовой миграции из Узбекистана в Свердловскую область // Народонаселение. 2016. № 4(74).
6. *Справедливая миграция: Формирование программы МОТ.* Доклад Генерального директора. Международная конференция труда. 103-я сессия. Женева: Международное бюро труда, 2014 г.
7. *Everett S. Lee* A Theory of Migration // Demography. 1966. Vol. 3, no. 1.

Научный руководитель *Я. П. Силин*

М. Е. Сергеев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Современное состояние и перспективы развития здравоохранения Российской Федерации

Аннотация. Предметом исследования в статье выступают факторы и перспективы развития системы здравоохранения Российской Федерации. Автор анализирует современное состояние системы здравоохранения в России, выявляет ее проблемы, а также выделяет возможные пути совершенствования здравоохранения.

Ключевые слова: здравоохранение; система здравоохранения; концепция развития системы здравоохранения; медицинская помощь.

В данной статье поднимается чрезвычайно важная проблема совершенствования системы здравоохранения Российской Федерации. В

настоящее время система здравоохранения является неотъемлемой частью социально-экономической политики государства. Актуальность темы исследования обуславливается следующими обстоятельствами.

Во-первых, обострением проблем развития здравоохранения в условиях осуществляемых рыночных преобразований.

Во-вторых, деятельность здравоохранения на прямую направлена на сохранение, укрепление и улучшение здоровья различных групп населения. Так как, общественное здоровье чрезвычайно важно для всех сообществ и государств современного мира.

В-третьих, непосредственной близостью здравоохранения к каждому жителю страны, от функционирования субъектов которого напрямую зависит обеспечение жизнедеятельности населения страны.

Здравоохранение – система охраны здоровья граждан в стране. В нее включаются организации, учреждения, предприятия, ассоциации, научные общества, специалисты и другие хозяйственные субъекты, вне зависимости от их ведомственной принадлежности. Их деятельность должна быть связана с производством, обеспечением, контролем качества, реализацией лекарственных средств, медицинской техники, медицинских услуг, проведением работ по предупреждению заболеваний, организаций и управлением процессами и финансами в сфере охраны здоровья граждан.

Именно от здравоохранения зависит уровень рождаемости и смертности, прирост населения, мобильность, работоспособность. Игнорирование такого важного института приводит к деградации индивида, общественной апатии и равнодушию. Основным негативным следствием этого является невозможность последующего создания качественного и производительного человеческого капитала.

В здравоохранении РФ по-прежнему сохраняются серьезные проблемы главные из них:

дефицит медицинских кадров (особенно выраженный в первичном звене здравоохранения и в сельской местности) и диспропорции в их структуре, в том числе неоптимальное соотношение врачей и средних медицинских работников;

неудовлетворительная квалификация медицинских кадров, что связано с проблемами в базовом медицинском образовании, отсутствием непрерывности последипломного образования и недостаточным внедрением современных образовательных технологий;

недостаточность предоставляемых объемов медицинской помощи по программе государственных гарантий, в том числе недостаточное обеспечение населения лекарственными средствами в амбулаторных условиях (в 4,8 раза меньше) и низкие объемы высокотехнологичной медицинской помощи (в 5–7 раз меньше, чем в этих странах);

несоответствие системы организации медицинской помощи современным технологиям ее оказания, в том числе неоптимальная структура коечного фонда – избыток и плохое оснащение лечебных коек для интенсивного и неотложного лечения пациентов;

недостаток коек реабилитации и длительного ухода;

несистемное управление, в том числе отсутствие стратегии развития здравоохранения, ответственности и отчетности руководителей всех уровней за достижение результатов по установленным показателям, а также недостаточная и противоречивая нормативно-правовая база по охране здоровья.

Для решения данных проблем была разработана Концепция развития системы здравоохранения в Российской Федерации до 2020 г.

Концепция развития здравоохранения в Российской Федерации до 2020 г. представляет собой анализ состояния здравоохранения в Российской Федерации, а также основные цели, задачи и способы его совершенствования на основе применения системного подхода.

Эта концепция содержит важные для развития отрасли положения, среди них: раннее выявление заболеваний и развитие первичной медико-санитарной помощи; ликвидация дефицита медицинских кадров и повышение их квалификации; развитие медицинской реабилитации и санаторно-курортного лечения, увеличение объемов паллиативной помощи; внедрение инновационных методов лечения. В Концепции обоснованный акцент сделан на улучшении здоровья населения в целом, профилактике заболеваний и здоровье детей и подростков.

Программы, предлагаемые для реализации данной концепции:

профилактика заболеваний и формирование здорового образа жизни;

развитие первичной медико-санитарной помощи;

совершенствование оказания специализированной, включая высокотехнологичную, медицинскую помощи, скорой, в том числе скорой специализированной, медицинской помощи, медицинской эвакуации;

развитие и внедрение инновационных методов диагностики, профилактики и лечения, а также основ персонализированной медицины;

охрана здоровья матери и ребенка;

развитие медицинской реабилитации и санаторно-курортного лечения, в том числе и детям;

оказание паллиативной помощи, в том числе и детям;

кадровое обеспечение системы здравоохранения;

развитие международных отношений в сфере охраны здоровья;

экспертиза и контрольно-надзорные функции в сфере охраны здоровья;

медико-санитарное обеспечение отдельных категорий граждан;
управление развитием отрасли;

Подводя итог, можно сказать, что реализация всех направлений Концепции обеспечит к 2020 г. формирование здорового образа жизни населения Российской Федерации, а также создаст систему здравоохранения, позволяющую оказывать доступную и качественную медицинскую помощь на основе единых требований и подходов с учетом передовых достижений научно-технического прогресса, которая будет являться залогом устойчивого социально-экономического развития Российской Федерации в долгосрочной перспективе.

Научный руководитель *Н. В. Сбродова*

С. Г. Тамразян

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Современное состояние и перспективы развития туристской деятельности в Российской Федерации

Аннотация. Предметом исследования в статье выступает туристская деятельность в РФ. Выделены основные тенденции развития туристской деятельности в РФ; определены ключевые проблемы в туристской деятельности и пути их решения.

Ключевые слова: туристская деятельность; тенденции совершенствования туристской деятельности; проблемы деятельности.

Развитие туристской деятельности является актуальной темой для многих государств мира. Туристская деятельность влияет на развитие национальной экономики следующим образом:

Во-первых, туристская деятельность, прежде всего, обеспечивает население рабочими местами.

Во-вторых, туристская деятельность создает условия для отдыха.

В-третьих, туристская деятельность поддерживает и иные отрасли в сфере экономики: торговли, бытового обслуживания, транспорта, производства товаров народного потребления, сельского хозяйства, строительства и других.

Туристская деятельность – это регулируемая гражданским законодательством система разноплановых и неоднородных действий отдельного индивида или коллектива людей, совершаемых на разных уровнях,

направленная на удовлетворение потребностей в познании нового, изменении качества жизни и в отдыхе¹.

В настоящее время основными тенденциями совершенствования туристской деятельности в РФ являются:

рост количества прибывших иностранных граждан и лиц без гражданства в Российскую Федерацию с целью туризма (табл. 1);

Таблица 1

Въезд в Российскую Федерацию за 2012–2015 гг.

2011	2012	2013	2014	2015
1 979 876	2 123 195	2 207 125	2 125 055	2 685 200

Примечание. Российский союз туриндустрии. URL: http://www.rostourunion.ru/rossijskij_soyuz_turindustrii_-_glavnaya/vezd_inostrannyh_grazhdan_v_rossiyu.html.

возрастание потребностей на качественную лечебную помощь (табл. 2);

Таблица 2

**Численность лечившихся и отдохнувших
в санаторно-курортных организациях, тыс. чел.**

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Численность обслуженных лиц, всего:	6 049	6 163	6 174	6 109	6 641	6 776
численность размещенных лиц	5 674	5 733	5 751	5 683	6 087	6 101
численность лиц, получивших амбулаторно-курортное лечение	374	431	423	427	554	552

Примечание. Федеральное агентство по туризму Министерства культуры Российской Федерации. URL: <http://russiatourism.ru>.

география посещаемости по регионам России (см. рисунок).

Автор выделяет следующие проблемы в сфере туристской деятельности:

- а) проблема средств размещения.
- б) дорогие авиаперелеты по стране
- в) слабо развитое продвижение туристского продукта внутри страны.
- г) неравномерное развитие туризма².

Основные пути решения данной проблемы, по мнению автора, можно обозначить следующим образом:

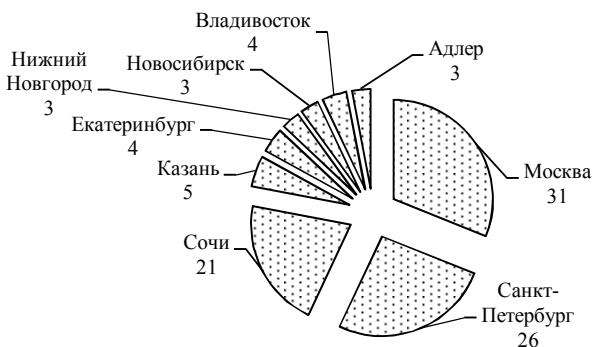
¹ Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 гг.: постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 317.

² Новиков В. С. Организация туристской деятельности. М.: Изд. центр «Академия», 2013.

совершенствование имиджа Российской Федерации как государства, которое владеет благоприятными условиями в сфере туризма;

перевод отраслей культуры и туризма на инновационный путь развития, преобразование культуры и туризма в более развитые сферы общественной деятельности, включая широкое внедрение информационных технологий;

сглаживание уровня доступности культурных благ и художественного образования независимо от размера доходов, места проживания и социального статуса российских граждан¹.



Рейтинг самых посещаемых иностранцами российских городов, %²

Основными программами, задающими направление развития туризма в РФ, являются:

а) федеральная целевая программа (ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011–2018 гг.»

б) государственная программа «Развитие культуры и туризма на 2013–2020 гг.», в рамках которой есть подпрограмма «Туризм», одним направлением которой является «Развитие внутреннего туризма»³.

Для решения проблем по достижению целей стратегических программ государство осуществляет следующие мероприятия:

капитальное строительство и модернизация объектов обеспечивающей инфраструктуры создаваемых туристских объектов с длительным сроком окупаемости;

¹ Проблемы развития российского туризма и способы их решения. URL: <http://nauka-gastudent.ru/33/3625>.

² Федеральное агентство по туризму Министерства культуры Российской Федерации. URL: <http://russiatourism.ru>.

³ Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 гг.: постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 317.

проведение работ и оказание услуг, связанных с изучением и оценкой туристского потенциала регионов и качества региональных проектов;

развитие системы подготовки кадров в сфере туризма и индустрии гостеприимства;

проведение работ и оказание услуг, связанных с внедрением инновационных технологий в области управления качеством туристских услуг.

организация и проведение международных, общероссийских, межрегиональных туристских форумов, выставок и иных мероприятий;

Таким образом, на основе проведенного исследования ситуации в сфере внутреннего и въездного российского туризма, можно сделать вывод, что за последнее время наблюдается довольно стремительный рост заинтересованности в сфере туризма как со стороны органов власти, так и со стороны населения Российской Федерации. Ведется интенсивная деятельность по разработке программ и мероприятий по реализации данных программ, а также развитие внутреннего туризма как значимого элемента экономики России.

Научный руководитель *Н. В. Сбродова*

А. А. Тимошин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Классификация рисков: теоретический обзор

Аннотация. В данной статье авторами приведены результаты теоретического обзора существующих понятий рисков, представлена авторская классификация рисков, выделены особенности рисков малого бизнеса, в частности, экономического риска.

Ключевые слова: малое предпринимательство; риск; экономический риск; классификация рисков.

В течение всего жизненного цикла предприятия неизбежно возникают ситуации, в результате которых хозяйствующие субъекты могут, как понести убытки, так и получить прибыль. Все зависит не только от грамотного управления предприятием, но и возможными рисками.

Под риском, в общем, понимается вероятность возникновения какого-либо неблагоприятного события. В частности, экономическим риском считается случайное возникновение нежелательных потерь, с определенной вероятностью, измеряемых в денежном выражении.

В данном исследовании авторы попытались систематизировать известные риски и составить их классификацию с целью дальнейшего

продуктивного использования (управления) в деятельности предприятий, в частности, субъектов малого предпринимательства.

Проблема по управлению рисками довольно остро обозначена в экономике и, следовательно, является актуальной. При написании данной статьи были рассмотрены работы по управлению рисками малого предпринимательства таких авторов, как: Т. Д. Экажевой, М. А. Одинцовой, К. В. Нецымайло, А. А. Кудрявцева, И. Б. Котлобовского, Г. Мангольдта, Г. Марковица, Н. В. Хохлова, Г. В. Черновой, М. У. Эллиотта [3].

Так, Т.Д. Экажева в своей диссертации на тему «Управление рисками на предприятиях малого бизнеса» приводит классификацию рисков малого бизнеса. Проанализировав сложившуюся ситуацию в области управления рисками малого предпринимательства в России и на основе изучения европейского опыта, автор разработал и предложил рекомендации по управлению рисками малого бизнеса в России [4].

Заслуживают внимание и исследования М. А., Одинцовой которая в своей работе «Методика управления рисками для малого и среднего бизнеса» выделяет внешние факторы риска (политические, социально-экономические, экологические, научно-технические) в зависимости от источников рискови внутренние (в производственной, воспроизводственной деятельности предприятия, в сфере обращения, управления предприятием). По специфике каждой группы факторов, делит их на подгруппы [3].

Основные методы управления рисками с позиции соотношения с базовыми методами управления и их применения в деятельности субъектов малого предпринимательства интересно, на наш взгляд, представлены в работе К. В. Нецымайло «Методы управления рисками в деятельности субъектов малого предпринимательства» [2].

Выделенные нами авторы рассматривают ключевые вопросы в управлении рисками малого предпринимательства и рассматривают классификацию рисков как необходимый инструмент по их регулированию.

Опираясь на изученный теоретический опыт, рассмотрим более подробно классификацию рисков, которая, по нашему мнению, раскрывает характеристики рисков по основным признакам (см. таблицу).

Исходим из того, что классификация рисков – это систематизация совокупности рисков, основанных на определенных признаках и критериях, которые позволяют объединить определенные разделы рисков в более общие категории¹.

¹ Информационный портал risk24. URL: <http://www.risk24.ru>.

Классификация рисков [1]

Признак классификации	Классификация
По времени возникновения	Риски распределяются на: ретроспективные, текущие и перспективные
По факторам возникновения	Риски подразделяются на политические и экономические
По месту возникновения	Риски делятся на внешние и внутренние
По характеру последствий	Риски подразделяются на чистые и спекулятивные.
По сфере возникновения (характеру деятельности)	Предпринимательские риски: производственные, коммерческие, финансовые и риски страхования; а также профессиональные, инвестиционные, транспортные и другие
По роду опасности	Различают техногенные, природные и смешанные
По уровню возникновения	Макро-, мезо- и микроуровень
По степени определенности	Известные риски, предсказуемые и непредсказуемые
По этапам возникновения	Различают проектные, плановые, фактические
По степени обоснованности	Различают обоснованные и необоснованные
По размеру возможных потерь	Допустимые, критические, катастрофические
По масштабу последствий	Глобальные, региональные, местные
По правовым условиям возникновения	Риски могут быть разделены на те, которые возникают из обязательств, и риски, возникающие по другим причинам, не связанным с обязательствами

По признаку «время возникновения» риски делятся на ретроспективные, текущие и перспективные риски. Проанализировав ретроспективные риски, их характер и способы снижения появится возможность более точно провести прогноз по текущим и перспективным рискам.

По признаку «факторы возникновения» риски делятся на два вида: политические и экономические (коммерческие) риски. Первые обусловлены влиянием изменения политической обстановки, которая сказывается на предпринимательской деятельности, например запрет на вывоз товаров, военные действия на территории страны или закрытие границ. А вторые проявляются в результате неблагоприятных изменений в экономике предприятия или в экономике страны. Наиболее известным видом экономического риска является изменение конъюнктуры рынка.

По признаку «место возникновения» риски распределяются на: внешние риски (непосредственно не связаны с деятельностью предприятия или его контактной аудиторией) на которые влияют политические, экономические, демографические, социальные и географические факторы; внутренние риски (обусловлены деятельностью самого предпри-

тия и его контактной аудиторией) на которые влияют деловая активность руководства предприятия, выбор оптимальной маркетинговой стратегии, политики и тактики, а также производственный потенциал, техническое оснащение, уровень специализации, производительности труда и техники безопасности.

По признаку – «характер последствий» риски делятся на: чистые риски (характеризуются практически постоянными потерями для предпринимательской деятельности, например стихийные бедствия, несчастные случаи); спекулятивные риски (соотношение потерь и дополнительной прибыли для предприятия к ожидаемому результату, например изменение конъюнктуры рынка, курсов валют, налогового законодательства).

По признаку – «сфера возникновения», в основе которой лежит сфера деятельности, является самой многочисленной группой. В соотношении со сферами предпринимательской деятельности обычно различают следующие риски: производственный риск (связан с невыполнением предприятием своих планов и обязательств по производству продукции, товаров, услуг и другого в результате неблагоприятного воздействия внешней среды); коммерческий (возникает в процессе реализации товаров и услуг, произведенных или закупленных предпринимателем); финансовый (связан с возможностью невыполнения предприятием своих финансовых обязательств); страховой (это риск наступления, предусмотренного условиями страховых событий, в результате чего страховщик обязан выплатить возмещение).

По признаку – «размеры возможных потерь» можно выделить следующие риски: допустимый риск (риск решения, в результате неосуществления которого, предприятию грозит потеря прибыли); критический риск (риск, при котором предприятию грозит потеря выручки, т. е. зона критического риска характеризуется опасностью потерь, превышающих ожидаемую прибыль ведущие к потере всех средств предприятия); катастрофический риск (при котором возникает неплатежеспособность предприятия).

Знания возможных рисков позволит предпринимателю предвосхитить, предугадать развитие реальной ситуации, находить пути преодоления трудностей, связанных с ними, уметь прогнозировать возможные неблагоприятные варианты развития событий и, в целом, профессионально управлять рисками.

Библиографический список

1. *Батова И. Б.* Классификация рисков и причины их возникновения // Международный студенческий научный вестник. 2015. № 1.

2. *Нецымайло К. В.* Методы управления рисками в деятельности субъектов малого предпринимательства // Вестник Оренбургского государственного университета. 2009. № 9.

3. *Одинцова М. А.* Методика управления рисками для малого и среднего бизнеса // Экономический журнал. 2014. № 3(35).

4. *Экажеева Т. Д.* Управление рисками на предприятиях малого бизнеса: дис. ... канд. экон. наук. М., 2015.

Научный руководитель *Т. С. Орлова*

Д. А. Черников

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Информационное позиционирование региона как фактор конкурентоспособности

Аннотация. В статье последовательно рассматриваются детерминанты способные влиять на модальность информационного позиционирования региона.

Ключевые слова: конкурентоспособность региона; конкурентные преимущества; развитие регионов; информационное позиционирование; имидж региона; деструктивное информационное воздействие.

На прошедшем в 2014 г. в Уфе форуме стран БРИКС, была озвучена идея внедрения нового формата общения – регион с регионом. Выстраивание экономических связей в таком, горизонтальном формате способствует обострению конкурентной борьбы внутригосударственных регионов. Что требует от регионов формирования хорошей конкурентоспособной позиции. В числе прочих факторов, на конкурентоспособность региона способно влиять информационное позиционирование региона. При этом, если позиционирование с позитивной модальностью является залогом повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности региона, то деструктивные информационные воздействия на имидж, приводят, как правило, к утрате имеющихся экономических позиций.

Введение экономических санкций в отношении Российской Федерации и как следствие частичный разрыв устоявшихся экономических связей показал необходимость внедрения новых форматов взаимоотношений – а именно горизонтальной интеграции. Обусловлено это в первую очередь необходимостью реализации программ, ориентированных на сотрудничество государств на региональном уровне в области как торгово-экономических отношений, так создания формирования объединений и ассоциаций, межрегиональных кластеров для совместного решения широкого круга экономических и социальных во-

просов. Не случайно, на деловом форуме стран БРИКС в 2014 г., Глава Республики Башкортостан Р. З. Хамитов выступил с инициативой внедрения нового формата общения «R2R» – region to region – регион с регионом¹.

С одной стороны, взаимодействие на уровне «R2R» способствует лучшей интеграции государств в условиях глобализации мировой экономики, с другой – способствует обострению конкурентной борьбы внутригосударственных регионов.

Заинтересованность территории в своем устойчивом развитии, в том числе путем привлечения инвестиций в реальный сектор экономики и социальную сферу, требует формирования хорошей конкурентоспособной позиции. При этом успех конкретного региона в конкурентной борьбе зависит от влияния множества детерминант, где все большее значение приобретает фактор информационного позиционирования, как элемента формирования положительного имиджа и репутации региона. Происходит это в связи с ростом значения информации для обеспечения конкурентных преимуществ. Информационное позиционирование постепенно превращается в реальный и чрезвычайно важный ресурс экономики.

Создание и продвижение положительного регионального имиджа является одним из факторов конкурентоспособности региона, выделяющим его на фоне всех остальных территориальных образований посредством донесения до целевой аудитории (представителей бизнес-сообщества, инвесторов, федеральной власти, культурной и научной общественности, социально активных граждан) представлений о конкурентных преимуществах данного субъекта РФ, выгодах и обеспечении безопасности ведения бизнеса, комфортности проживания; и направлено на преодоление дефицита материальных и нематериальных ресурсов в регионе².

Таким образом, правильное, положительное информационное позиционирование региона способствует решению ряда основополагающих вопросов, имеющих важное значение для интенсивного развития. Это прежде всего привлечение инвестиций, расширение рынков сбыта продукции, привлечение трудовых ресурсов, развитие въездного туризма, что в свою очередь ведет к ускорению социально-экономического развития и повышению уровня и качества жизни населения. Бла-

¹ Николаева А. Общение в новом формате. URL: <http://www.interfax-russia.ru/Moscow/view.asp?id=665063&p=1> (дата обращения: 29.03.2017).

² Полтинина Е. В. Имидж в системе факторов, определяющих конкурентоспособность региона. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-v-sisteme-faktorov-opredelyayuschih-konkurentosposobnost-regiona> (дата обращения: 27.03.2017).

гоприятный имидж региона во многом определяет успешность решения обозначенных проблем, а репутация выступает главным фактором осуществления выбора.

Следует учесть, что в противовес информационному позиционированию региона с позитивной модальностью наблюдается и деструктивные информационные воздействия, направленные прежде всего на снижение инвестиционной привлекательности территории и разрушение имеющихся экономических позиций. Психологические аспекты данного поведения, возможные риски деструктивных воздействий, их влияние на имидж региона и способы защиты – подробно описаны автором в статье «Сетевая архитектура экономики региона: аспекты информационной безопасности»¹. Здесь же отметим, что неспособность противостоять деструктивным информационным воздействиям зачастую ведет к таким негативным последствиям, как, снижение деловой активности региона, утрата его конкурентоспособности, и как следствие падение в национальных рейтингах со всеми вытекающими последствиями.

Модальность позиционирования региона, несомненно, поддается корректировке путем использования специальных методов работы с репутацией, коммуникационными технологиями, public relations. Однако всегда стоит помнить, что имидж региона это, прежде всего, продукт деятельности самого региона, так сказать отражением происходящих в нем событий и процессов.

Механизм формирования позитивной модальности представляет собой совокупность конкретных методов и шагов направленных на создание и продвижение целостного, положительного образа региона. Первоочередная задача для достижения поставленных целей – это определение субъектов имиджевого позиционирования, стратегии позиционирования и целевой аудитории на региональном, общероссийском и международном уровнях. Правильно подобранные субъекты позиционирования позволяют региону эффективно планировать и реализовывать коммуникационные мероприятия, направленные на создание положительного имиджа территории в представлении целевой аудитории.

Важную роль в процессе позиционирования региона играют ситуационный анализ и точная диагностика среды функционирования. Именно результаты данных исследований должны лечь в основу формирования стратегических направлений позиционирования. При этом информационное позиционирование региона необходимо выстраивать

¹ Черенков Д. А. Сетевая архитектура экономики региона: аспекты информационной безопасности // Вестник Башкирского института социальных технологий. 2017. Вып. 1.

на принципах востребованности, реалистичности, оригинальности и адресности. Другими словами, позиционирование территории должно формироваться в соответствии с ожиданиями и запросами населения, позволять объединять население для решения масштабных задач, т. е. нести идеологическую функцию. Позволять однозначно идентифицировать регион как внутри страны, так и за ее пределами. Продвигать лучшие черты ментальности жителей региона, включая их обычаи и традиции.

Одновременно, положительное позиционирование территории должно основываться на реальных достоинствах, уникальных качествах и специфических характеристиках региона. Крайне желательно, чтобы продвигаемый имидж имел отличительные характеристики от других регионов, был запоминающимся и вызывал положительные эмоции у каждого сегмента целевой аудитории.

Грамотное информационное позиционирование региона делает его узнаваемым среди других субъектов страны, что наиболее актуально в условиях формирования экономических отношений по принципу «R2R». Продвижение положительного имиджа способствует решению таких важных вопросов, как: расширение рынков сбыта, создание новых рабочих мест, развитие туризма, привлечение высококачественных трудовых ресурсов и т. д. Кроме того, преобладающая позитивная модальность в информационном позиционировании региона может являться основой в построении взаимовыгодных отношений между бизнесом и властью. Руководству региона выгодно обеспечивать условия для успешного развития бизнеса, продвигать реализуемые на территории региона бизнес проекты, вовлекая тем самым в хозяйственный оборот весь ресурсный потенциал территории. Бизнесмены готовы инвестировать средства в продвигаемые проекты и нести бремя социальной ответственности.

Таким образом, информационное позиционирование региона в настоящее время выступает в качестве серьезного нематериального актива, способного напрямую или косвенно влиять на конкурентоспособность региона. При этом, если позиционирование с позитивной модальностью является залогом повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности региона, то деструктивные информационные воздействия на имидж, приводят, как правило, к утрате имеющихся экономических позиций.

Научный руководитель *Ал. А. Мальцев*

Государственные программы как инструмент социально-экономического развития региона

Аннотация. В статье рассматривается роль государственных программ в социально-экономическом развитии региона, приводится краткая характеристика основных направлений государственных программ Свердловской области. Выделяются государственные программы, способствующие повышению конкурентоспособности региона

Ключевые слова: государственные программы; социально-экономическое развитие; конкурентоспособность региона; Свердловская область.

Одним из инструментов государственного стратегического управления социально-экономическим развитием Российской Федерации являются государственные программы (далее – госпрограммы), в рамках которых осуществляется распределение бюджета по приоритетным направлениям на федеральном и региональном уровнях. Госпрограммы содержат комплекс взаимоувязанных и обеспеченных необходимыми ресурсами мероприятий, направленных на достижение целей государственной политики в сфере социально-экономического развития, что, несомненно, способствует эффективному повышению конкурентоспособности региона.

На уровне субъектов РФ госпрограммы разрабатываются с 2013 г., в каждом регионе утвержден и реализуется определенный перечень госпрограмм. Так, в Уральском федеральном округе в настоящее время действуют 194 госпрограммы, в числе которых 29 госпрограмм Свердловской области, представленные по четырем федеральным направлениям¹:

1) «Новое качество жизни»: восемь госпрограмм, четыре из которых разработаны до 2020 г., и четыре до 2024 г. В рамках данного направления реализуются программы, посвященные доступности услуг образования и здравоохранения требуемого качества, необходимому уровню обеспеченности жильем, доступу к культурным благам, созданию условий, позволяющих гражданам систематически заниматься физической культурой и спортом, а также обеспечиваются высокие стандарты личной безопасности и экологической безопасности региона;

2) «Инновационное развитие и модернизация экономики»: 11 госпрограмм, которые создают конкурентоспособную экономику знаний

¹ Худякова Т. С., Шеломенцев А. Г. Сравнительный анализ направлений государственных программ регионов Уральского федерального округа // Экономический журнал. 2015. № 4(40).

и высоких технологий, промышленности и науки, строительного комплекса, агропромышленного, дорожного и лесного хозяйства, способствуют эффективности управления государственной собственностью. Большинство программ разработано до 2020 г., две до 2024 г., и лишь одна до 2022 г.;

3) «Сбалансированное региональное развитие»: включает в себя две госпрограммы, а именно «Развитие кадровой политики в системе государственного и муниципального управления Свердловской области до 2020 г.» и «Развитие деятельности по государственной регистрации актов гражданского состояния в Свердловской области до 2020 г.». Данные госпрограммы должны обеспечить достойные условия жизни граждан на территории Свердловской области, комплексное развитие и повышение конкурентоспособности экономики региона;

4) «Эффективное государство»: восемь госпрограмм, которые направлены на повышение эффективности управления региональным имуществом и финансами, развитие и повышение устойчивости функционирования финансовых и страховых рынков региона, а также обеспечение деятельности по комплектованию, учету, хранению и использованию архивных документов, находящихся в государственной собственности.

Таким образом, в Свердловской области наиболее выражено направление «Инновационное развитие и модернизация экономики» (11 госпрограмм), в то время как федеральное направление «Обеспечение национальной безопасности» не представлено ни одной государственной программой. Перечисленные выше сферы госпрограмм региона гармонизированы со стратегией социально-экономического развития Свердловской области на 2016–2030 гг.

Все госпрограммы Свердловской области, так или иначе, способствуют повышению конкурентоспособности региона, но некоторые из них, по мнению авторов, оказывают наиболее сильное влияние на создание конкурентной среды, что является главным фактором развития конкурентоспособности региона. Среди таких госпрограмм особое место занимает госпрограмма «Повышение инвестиционной привлекательности Свердловской области до 2020 г.», в частности ее подпрограмма «Развитие малого и среднего предпринимательства». Также заслуживает внимание подпрограмма «Развитие туризма и гостеприимства», создающая условия для устойчивого развития въездного и внутреннего туризма в Свердловской области¹. Развитие сферы малого

¹ Об утверждении государственной программы Свердловской области «Повышение инвестиционной привлекательности Свердловской области до 2020 г.» постановление Правительства Свердловской области от 17 ноября 2014 г. № 1002-ПП (с изм. от 29 апреля 2015 г.).

и среднего предпринимательства является неотъемлемым фактором создания конкурентоспособной, гибкой и адаптивной современной рыночной экономики, способной обеспечить стабильный уровень занятости и рост доходов населения. Туризм же является одним из важных направлений, влияющих на рост экономики, в том числе на развитие таких сфер экономической деятельности, как услуги туристских компаний, коллективные средства размещения, транспорт, связь, торговля, питание, сельское хозяйство, строительство и другие отрасли, тем самым выступая катализатором социально-экономического развития региона.

Внешнеэкономическая деятельность влияет на социально-экономическое развитие любого региона в основном как структурообразующий и ускоряющий факторы и занимает особое место, прежде всего в силу того, что она играет роль «моста», соединяющего экономику региона с мировым экономическим пространством. Расширить конкурентные преимущества и качественно обновить отрасли Свердловской области помогает госпрограмма «Развитие международных и внешнеэкономических связей Свердловской области до 2020 г.». Опыт многих стран показывает, что в условиях глобализации совершенствование структуры производства только за счет опоры на собственные силы невозможно, поэтому мероприятия данной госпрограммы будут способствовать развитию экономики за счет долгосрочного производственного сотрудничества и стабильных связей между иностранными партнерами по совместной деятельности. Это обеспечит производство конкурентоспособной продукции, развитие экономики интеллектуально емких услуг, выход предприятий на внешние и внутренние рынки с новой конкурентоспособной продукцией с высокой долей добавленной стоимости¹.

Важнейшим направлением политики государства является создание условий, направленных на повышение конкурентоспособности через развитие компетенций и повышение квалификации профессиональных кадров, обеспечение мобильности трудовых ресурсов, поскольку выход экономики на глобальный уровень невозможен без человеческого капитала. Реализовать данное направление помогает госпрограмма «Развитие кадровой политики в системе государственного и муниципального управления Свердловской области и противодействие коррупции в Свердловской области до 2020 г.».

¹ Об утверждении государственной программы Свердловской области «Развитие международных и внешнеэкономических связей Свердловской области до 2020 г.» постановление Правительства Свердловской области от 24 октября 2013 г. № 1295-ПП. (с изм. от 22 июля 2015 г.).

Повышению качества жизни населения, обеспечению социально-экономического развития региона, усовершенствованию государственного и муниципального управления способствует госпрограмма «Совершенствование социально-экономической политики на территории Свердловской области до 2020 г.»¹. Согласно паспорту данной программы, необходимо следить за такими целевыми показателями как «отношение численности занятых в экономике к численности трудовых ресурсов», «уровень удовлетворенности граждан качеством предоставления государственных и муниципальных услуг».

Таким образом, в системе государственного управления каждый регион занимает определенное место, принимает участие в реализации общегосударственной стратегии развития. Особый вклад в развитие конкурентоспособности региона вносят государственные программы, правильный анализ целевых показателей и точная реализация которых помогут региону занять лидирующие позиции в системе управления государством.

Научный руководитель *Т. С. Худякова*

¹ *Об утверждении государственной программы Свердловской области «Совершенствование социально-экономической политики на территории Свердловской области до 2020 г.»*: постановление Правительства Свердловской области от 25 декабря 2014 г. № 1209-ПП (с изм. от 15 июля 2015 г.).

Содержание

Направление 01. Современное российское общество: проблемы, тенденции, перспективы развития территорий (часть 2)

Сажина Д. А. Проблемы молодежи в англоязычных странах.....	3
Саламатина Е. В., Столярова Е. В. Влияние новейших технологий на человека	5
Самохвалова П. Д. Гостеприимство во Франции в форме совместного проживания.....	7
Сетькова Е. А. Интеграция розничных и оптовых предприятий в России	9
Симонова О. В. Слияние и поглощение в розничной торговле	13
Сирожетдинова Л. О., Тютюник А. И. Право собственности на землю в современной России.....	17
Собенин Е. В. Нейрокомпьютер – компьютер нового поколения.....	20
Степанова Д. Д. Значение развития рынка общественного питания для экономики страны	22
Сунцов П. С. Показное потребление с отрицательным исходом	26
Тимербаева Т. К. Особенности психологического воздействия рекламы на потребителя	29
Толмачева Н. И. Организация ивент-мероприятий как форма продвижения детской одежды	33
Филатова М. И. Проблемы и перспективы развития малого предпринимательства в Российской Федерации	37
Черданцева Е. Д. Импортзамещение в ресторанном бизнесе.....	40
Черных В. С. Подростковые психологические травмы: особенности развития и способы профилактики.....	41
Чернышов П. М. Тенденции развития интернет-зависимости в аспекте увлечения компьютерными играми. Киберспорт	44
Чижман Ю. В., Островских А. А. Студенты и СМИ: оценка информационного влияния	48
Шарова Е. Н., Королёва Н. А. Молодежь как трудовой потенциал социального общества.....	51
Шредер А. Д. Роль информационных технологий в преподавании английского языка в Узбекистане.....	54
Щукина Н. Е. Инновации в розничной торговле.....	56
Яцкевич Е. А. Изменения качества жизни на примере Свердловской области.....	60

Направление 02. Управление знаниями – подготовка инновационно-ориентированных кадров территорий

Булатова Е. К. Образование взрослых: от педагогики к андрагогике	63
Булыгина М. А. Проблемы внедрения профессиональных стандартов	66

Дадайкина А. А. Профессиональный стандарт – инструмент управления знаниями.....	69
Корозникова И. И. Какой должна быть кадровая политика современных организаций?.....	72
Лапшин М. М. Кадровая политика в системе муниципального управления.....	75
Пацюпан Н. Е. Дистанционное обучение в вузе: историко-педагогический аспект.....	79
Печеркин П. В. Самые популярные федеральные земли Германии для молодых специалистов.....	83
Полухин И. А., Агеев Д. Н. Проблемы инновационно-технологического развития России.....	86
Помелов С. О. Студенческая учебно-производственная практика в сфере науки и исследований на предприятиях Германии.....	89
Попкова Ю. С. HR-аудит и его роль в деятельности современной организации.....	90
Скорынин М. А. Профессиональная подготовка иностранных студентов в университетах Германии.....	94
Чуняева Д. С. Иностранный язык в сфере обслуживания.....	96

Направление 03. Регулирование рынка труда как фактор повышения конкурентоспособности территорий

Архипова А. М. Современное состояние рынка услуг общественного питания России.....	99
Буторин Д. С. Роль кадровой составляющей в стратегии компании на примере ОАО «ММК».....	102
Власова С. В. Применение метода SWOT-анализа при формировании стратегии развития корпоративного спорта (на примере НП «УС „Атомстройкомплекс“»).....	105
Девятайкин В. Е. Место HR-брендинга в стратегии развития бизнеса.....	109
Дементьева Е. А. Сущность профессионального стандарта, подходы к определению.....	113
Елизаров А. А. Возможности работы иностранных студентов в Германии ...	116
Кашеева В. В. Современные проблемы подбора персонала.....	118
Кузнецов Д. А. Влияние лидерства на внедрение инноваций в организации.....	122
Макарова И. Д. Особенности и проблемы трудоустройства молодежи.....	126
Малахов И. В. Оценка эффективности использования кадрового аутсорсинга.....	128
Мокин А. А. Формирование конкурентной стратегии организации на основе компетенций персонала.....	133
Мякотина А. О. Профессиональная реабилитация людей с ограниченными возможностями здоровья в рамках региональных программ «Доступная среда».....	137
Полякова О. Р. Современные тенденции занятости женского населения.....	141
Порошина А. А. Реализация кадровой политики в сфере государственного и муниципального управления.....	143

Райт А. А. Современные подходы к проведению кадрового аудита в образовательной организации.....	145
Сорокина В. С. Networking в развитии карьеры.....	149
Цвилюк Б. В. Внедрение профессиональных стандартов в практику работы с персоналом государственных учреждений.....	153

Направление 04. Философия, культура и ценностный мир человека как жителя региона

Богатова А. В. Образование «Сделано в Германии» (Made in Germany).....	156
Гайсина А. И. Сетевой университет: глобальный игрок образования.....	158
Гилина А. А. Ценности студента XXI века.....	159
Ефимов А. А. Проблема «безбилетника».....	163
Иванова А. С. Исследование ценностного мира студентов экономической специальности.....	165
Карошин Я. А. Культурная и ценностная система университетов Германии как центр привлечения иностранных студентов.....	168
Ковзик В. Д. Международное образование и глобальное взаимопонимание.....	170
Пьянкова Е. П. Опыт инклюзивного образования за рубежом.....	172
Соловьева А. П., Зинина А. С. Поведение людей с различными типами темперамента в конфликтных ситуациях.....	175
Шарова Ю. А., Мелешкина И. И. Отношение к цвету студентов с разной самооценкой.....	177
Чуданова Л. Г. Формирование корпоративной культуры в организации малого бизнеса.....	180

Направление 07. Конкурентная среда региона

Албычева М. Д. Современное состояние и перспективы развития машиностроения в Российской Федерации.....	184
Белоусова Е. А. Региональная идентичность традиционно-промышленных регионов.....	187
Берсенева Ю. А. Конкурентная среда российской и зарубежной интернет-торговли.....	191
Жукова А. В. Инновационная инфраструктура Свердловской области.....	194
Ижгузина Н. Р. Влияние Екатеринбургской агломерации на социально-экономическое развитие Свердловской области.....	197
Камалов Б. М. Малое предпринимательство как основа индустриализации Свердловской области.....	202
Кузнецова Т. Ю. Анализ туристической привлекательности Республики Башкортостан.....	204
Лушина В. Л. Современное состояние и перспективы развития строительства в Российской Федерации.....	209
Мелентьева Е. Н. Актуальные вопросы развития регионального рынка глянцевого изданий.....	212
Орлов В. О. Внутренние факторы ценообразования лесопромышленных производств.....	216

Павлова А. В. Тренды на рынке сотовой связи России	218
Петухова В. С. Современное состояние и перспективы развития налоговой системы Российской Федерации.....	221
Плисова И. А. Факторы, влияющие на процессы трудовой миграции: теоретический аспект.....	224
Сергеев М. Е. Современное состояние и перспективы развития здравоохранения Российской Федерации	227
Тамразян С. Г. Современное состояние и перспективы развития туристской деятельности в Российской Федерации	230
Тимошин А. А. Классификация рисков: теоретический обзор	233
Черенков Д. А. Информационное позиционирование региона как фактор конкурентоспособности.....	237
Яковина Е. Ю. Государственные программы как инструмент социально-экономического развития региона.....	241

Научное издание

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

Материалы
XX Всероссийского экономического форума
молодых ученых и студентов

(Екатеринбург, 27–28 апреля 2017 г.)

Часть 2

Направления: 01. Современное российское общество: проблемы, тенденции, перспективы развития территорий (часть 2);
02. Управление знаниями – подготовка инновационно-ориентированных кадров территорий;
03. Регулирование рынка труда как фактор повышения конкурентоспособности территорий; 04. Философия, культура и ценностный мир человека как жителя региона;
07. Конкурентная среда региона

Печатается в авторской редакции и без издательской корректуры

Компьютерная верстка Н. И. Якимовой

Поз. 115. Подписано в печать 23.10.2017.

Формат 60 × 84 ¹/₁₆. Гарнитура Таймс. Бумага офсетная. Печать плоская.
Уч.-изд. л. 13,6. Усл. печ. л. 14,65. Печ. л. 15,75. Тираж 11 экз. Заказ 589.
Издательство Уральского государственного экономического университета
620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45

Отпечатано с готового оригинал-макета в подразделении оперативной полиграфии
Уральского государственного экономического университета