

Негосударственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Центросоюза Российской Федерации
СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
Забайкальский институт предпринимательства

НАУКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Сборник научных статей
преподавателей и аспирантов

Выпуск 7



Чита
2014

УДК 001(08)
ББК 65.011.15:65.290
Н 34

Редколлегия
Т. И. Белоусова, О. А. Липич,
Е. М. Попова, С. Л. Новолодская

Главный редактор:
С. А. Городкова

Научный редактор:
Н. П. Степанов

Н 34 **Наука и предпринимательство** : сборник научных статей преподавателей и аспирантов : вып. 7. / гл. ред. С. А. Городкова ; под науч. ред. Н. П. Степанова. – Чита : ЗИП СибУПК, 2014. – 146 с.
ISBN 978-5-89807-068-7
ISBN 978-5-89807-184-4 (вып. 7)

Сборник обобщает результаты научных исследований преподавателей и аспирантов Забайкальского института предпринимательства – филиала Сибирского университета потребительской кооперации в области естественных, гуманитарных, общественных и технических наук.

УДК 001(08)
ББК 65.011.15:65.290

ISBN 978-5-89807-068-7
ISBN 978-5-89807-184-4 (вып. 7)

© Забайкальский институт предпринимательства Сибирского университета потребительской кооперации, 2014

СОДЕРЖАНИЕ

Антропов Р. В., Дондоков Ц. С., Лупенко И. Ю.	К вопросу о перспективах трудоустройства бакалавров-юристов в современных условиях	5
Бахар Т. Д., Белоусова Т. И.	Возможности развития кооперативных организаций Забайкальского края на основе диверсификации	16
Васильева Е. В.	Облачные технологии в помощь предпринимателю	28
Герасимова О. Ю.	Особенности аудита малых предприятий в современных условиях экономики	37
Гомбоев Л. Г.	Об одном примере реализации сортировки хоара	52
Жарова Н. И.	Организация труда руководителя	55
Заборовская И. Г.	Государственное унитарное предприятие как субъект гражданского права, имеющий публично-правовые элементы	58
Калинин А. Г.	Экспериментальное исследование магнитной восприимчивости кристаллов теллурида сурьмы, легированных селеном	74
Кузнецова Т. Н.	Предпринимательство в образовании	80
Линева Н. А.	Разработка маркетинговых стратегий	87
Петрова Н. Е., Попова Е. М.	Маркетинговые исследования межкультурных коммуникаций в сфере образовательных технологий	108
Рыжова Н. И.	Тенденции развития рынка общественного питания	114

Наука и предпринимательство
Выпуск 7 (2014)

Степанов Н. П.	О разделении вкладов ионного остова и свободных носителей заряда в магнитную восприимчивость анизотропного полупроводникового кристалла	119
Степанова Л. Э.	Процесс формирования познавательных интересов при обучении математике	125
Швец Е. Г.	Россия в условиях санкций (из истории вопроса)	132
Шевелева Е. Б., Хохлова Ю. Е.	1С в сочетании с облачными технологиями дают успешное предпринимательство	141
Сведения об авторах		146

УДК 34.0+378.0
ББК 67

© Антропов Р. В., 2014
© Дондоков Ц. С., 2014
© Лупенко И. Ю., 2014

Р. В. Антропов
Ц. С. Дондоков
И. Ю. Лупенко

***К ВОПРОСУ О ПЕРСПЕКТИВАХ ТРУДОУСТРОЙСТВА
БАКАЛАВРОВ-ЮРИСТОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ***

Летом 2014 г. в Забайкальском крае состоялся первый выпуск бакалавров-юристов по направлению подготовки 030900.62 Юриспруденция, завершивших освоение образовательной программы в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования третьего поколения.

В настоящей работе авторы делают совместную попытку восполнить образовавшийся пробел в сравнительно-правовом исследовании российского и зарубежного законодательства, связанного с особенностями подготовки юридических кадров в современных условиях и трудоустройства бакалавров-юристов, с тем, чтобы учесть положительные стороны сложившейся системы формирования высокопрофессиональных кадров за рубежом при разработке целенаправленного процесса подготовки юристов в Российской Федерации.

Особый интерес в этом плане представляет Федеративная Республика Германия – одна из крупнейших стран Европы, в которой система трехуровневой подготовки специалистов (бакалавр – магистр – доктор) была введена в 2002 году и заслуживает, на наш взгляд, глубокого и детального изучения. Опыт ФРГ интересен не только своей неповторимостью и содержательностью, но и тем, что он реализован

в стране, ориентирующейся на новые образовательные ценности т.н. «Болонского процесса» и собственные достижения в традиционной (классической) подготовке юридических кадров.

Сегодня специализированная подготовка юристов в России должна учитывать сложившуюся двухуровневую систему «бакалавр-магистр», а также профильную принадлежность. Думается, что в целом за исторически небольшой промежуток времени сложившаяся система по подготовке бакалавров-юристов в полной мере себя не оправдала – в вузах Забайкальского края, да и всей Сибири в целом не внедрена система кредитов по типу ECTS, не наблюдается междуниверситетского европейского сотрудничества, схем мобильности, совместных с западными вузами программ обучения юристов. Главное – не накоплен столь нужный опыт, позволяющий в новых условиях удовлетворить потребности российской экономики, общества и рынка труда в бакалаврах различного профиля. Полагаем, в связи с т.н. «болонизацией» отечественной высшей школы, система юридического образования нуждается в определенной перестройке и дальнейшем совершенствовании.

Сегодня под Болонской декларацией стоят подписи министров образования сорока европейских стран, в том числе и России, которая присоединилась к Болонскому процессу в сентябре 2003 года. Вместе с тем, после перехода российской высшей школы на систему «бакалавриат – магистратура» в рамках т.н. «Болонского процесса» стало очевидным, что для выпускников юридических вузов и факультетов страны, прошедших т.н. первую ступень образования и имеющих диплом юриста-бакалавра, такие авторитетные работодатели – как суды, прокуратура, минюст и нотариат более не являются потенциальными заказчиками юридических кадров. Юридические государственные ведомства ожидают специалистов с

надежной базовой и солидной подготовкой. Коренная перестройка юридического образования привела к тому, что бакалавры – т.н. «полуюристы» и магистры права, не окончившие юридический бакалавриат, испытывают серьезные трудности при трудоустройстве, и эта проблема достаточно сложна для юридического мира России.

Ключевой проблемой для высшей школы России стала профессионально-квалификационная структура выпускников по направлению подготовки 030900.62 Юриспруденция. Совершенно не ясно, сколько нужно бакалавров, и какого профиля, а вместе с тем – и магистров, и дипломированных специалистов в той или иной профессиональной области, чтобы иметь возможность оценить целесообразность новой двухступенчатой системы подготовки юридических кадров. К сожалению, данная проблема в связи с ее «молодостью» как предмета дискуссии также не получила основательной научной разработки. Анализ соответствующих источников показал, что в современной учебной и научной юридической литературе в качестве самостоятельного вопроса о правовых и организационных аспектах трудоустройства бакалавра-юриста, как правило, для российских ученых и общественности сегодня широко не рассматривается.

Наряду с этим, до сих пор в России отсутствует законодательно закрепленный перечень профессиональных должностей, занятие которых предполагает наличие бакалаврского юридического образования. Такое положение не способствует четкой ориентации юридических факультетов на подготовку бакалавров определенного профиля. Полагаем, необходима скорейшая разработка и утверждение такого перечня. Кроме того, отсутствуют и практические рекомендации по профессиональному отбору кандидатов-бакалавров на юридическую работу для различных групп работодателей в России.

Вместе с тем, в условиях создания единого европейского образовательного пространства систему подготовки юри-

стов широкого профиля, которые в дальнейшем могут стать и судьей, и прокурором, и адвокатом, сохранила за собой Германия – одна из наиболее развитых западноевропейских стран со сложившимися культурными и правовыми традициями. Единство классического юридического образования на всей территории Федеративной Республики обеспечивается федеральным Законом о статусе судей (нем. Deutsches Richtergesetz, сокp. DRiG) 1961 года, гарантирующим выпускникам юридического факультета квалификацию унитарного юриста. Структура немецкого юридического образования такова, что пригодность именно к судейской службе (нем. „Befähigung zum Richteramt“) является условием для вхождения и в иные юридические профессии – нотариуса, адвоката, прокурора и юрисконсульта.

Весомый вклад в развитие учения о структурных особенностях юридического образования и практики трудоустройства выпускников внесли немецкие исследователи, такие как Т. Brüggemann и S. Rahn [3], А. Niedostadek и Jö Ch. Lorenz [4], D. Trimborn v. Landenberg и S. Waterschek [5] и многие другие.

Анализ немецких источников показал, что, несмотря на внедрение новой двухуровневой системы университетской подготовки юридических кадров “Bachelor-Master” – главного нововведения Болонского процесса, в Германии по-прежнему действует система классического юридического образования, которая предполагает обучение исключительно при очной форме, не менее четырех лет, в госуниверситетах. Даже после подписания Германией Болонской декларации в 1999 году, тем не менее, образовательный процесс, как и ранее, завершается Первым юридическим государственным экзаменом (нем. Erste juristische Staatsprüfung). Затем следует двухлетняя стажировка (подготовительная служба) в правовом учреждении (нем. Vorbereitungsdienst), например, в суде или адвокатской конторе – т.н. референдарият (нем. Referendariat), кото-

рый завершается Вторым госэкзаменом (нем. *Zweite juristische Staatsprüfung*). При реализации данной двухфазовой системы выпускник становится т.н. «полноправным / полным юристом» (нем. «Volljurist») и способен сразу стать адвокатом или даже судьей [1].

В свою очередь, для немецкого бакалавра-юриста учеба длится 6 семестров и завершается бакалаврской работой (нем. *Bachelorarbeit*). Затем выпускник, имея степень “Bachelor of Laws” (LL.B.), входит в профессию юриста, чаще всего специализирующегося на экономических проблемах (нем. *Wirtschaftsjurist*). Помимо этого, при трудоустройстве бакалавр-юрист может претендовать на следующие должности, в зависимости от содержания подготовки: налоговый (финансовый) инспектор (нем. *Wirtschaftsprüfer*), консультант по налоговым вопросам (нем. *Steuerberater*), юрисконсульт (нем. *Rechtsberater*), правовой аудитор (нем. *Rechtsprüfer*), чиновник административного учреждения / государственный служащий (нем. *Verwaltungsbeamter*), секретарь правления (нем. *Vorstandssekretär*) и некоторые другие должности, число которых невелико.

Спустя несколько лет выпускник-бакалавр способен занять должность руководителя правового отдела (нем. *Teamleiter in einer Rechtsabteilung*) или старшего юрисконсульта. Он может поступить и на магистерские программы (нем. *Master Studium*) с целью получения степени Master of Laws (LL.M).

Не все немецкие работодатели положительно воспринимают академическую степень бакалавра. Около 20-40% проблем при поиске работы выпускниками-бакалаврами возникает из-за того, что работодатели требуют дипломы другого образца [2, С. 156]. Сегодня положение бакалавра-юриста на рынке труда ФРГ изучено мало, и многие выпускники испытывают трудности в трудоустройстве и в карьере.

Вместе с тем, немецкий бакалавр-юрист, специализирующийся на экономических проблемах, получает ежемесячно зарплату около 3.800 €, консультант по налоговым вопросам – около 3.600 €. В свою очередь, «полноправные юристы» зарабатывают в среднем 3.700 €.

В Германии нет возможности, с получением степени бакалавра стать “Volljurist” – «полноправным юристом». Немецкая система образования по-прежнему видит признак качества в подготовке «полного юриста» в соответствии с принятым в 1983 г. порядком приобретения специальности. По этой причине маловероятно, что в ближайшем будущем даже наличие степени LL.M. даст возможность доступа к должности судьи, как и к должности нотариуса, адвоката или прокурора.

Таким образом, диплом бакалавра все еще не является завершающим этапом получения высшего образования как в России, так и в других 46-ти участниках Болонского процесса. По данным 2011 г., в Германии 78% выпускников вузов и 43% выпускников университетов прикладных наук после получения степени бакалавра поступили в магистратуру.

В отличие от Германии, в России сегодня трудно в полной мере оценить степень трудоустройства бакалавров-юристов т.к. первые выпускники окончили вузы совсем недавно. В Германии юристов готовят по традиционной для этой страны схеме. В нашей стране также сложилось исторически, что юридические вузы и факультеты готовят юристов широкого профиля, которые потом могут стать и судьей, и прокурором, и адвокатом. Мы полагаем, что разрушать эту сложившуюся образовательную систему было опасно для правового поля страны. Реформа предполагала, что около 75% юристов будут готовиться по программам бакалавриата, а это, на наш взгляд, может привести к утрате признанного статуса юридического образования как элитного, фундаментального. Таким оно всегда воспринималось, к этому всегда

стремились в России, начиная с Петровских времен, первых императорских Уставов университетов и авторитетной советской школы.

И это вызывает большую тревогу. Включение отечественной системы образования в «Болонский процесс» повлекло коренную перестройку юридического образования, неизбежную трансформацию его глубинных, сущностных начал. Вместо традиционной для России и всей романо-германской системы фундаментальной подготовки юридических кадров Минобрнауки России предложило перейти к обучению юристов по «компетенциям» узкого профиля, внедрив для этого двухуровневую систему «бакалавриат – магистратура» и иные стандарты Болонской системы.

Вместе с тем, Болонская система ориентирована на Европейский Союз, члены которого издавна связаны единым правовым пространством и рынком юридических и образовательных услуг. У России же, по крайней мере, на обозримую перспективу задача вхождения в данное экономическое общество не стоит. А в условиях западных ограничительных политических и экономических мер, введенных в отношении России в 2014 году (т.н. «санкционных войн»), данный вопрос даже не обсуждается. Наряду с этим, Россия в 2003 году подписала Болонскую декларацию без единой оговорки. В то время, как самые крупные страны Евросоюза, например, Франция, Великобритания, Германия, внесли немало оговорок, чтобы обеспечить национальные интересы своих образовательных систем. Более того, не все университеты Западной Европы вошли в Болонскую систему. По странному стечению обстоятельств, для России остро стоит вопрос: ориентироваться на национальные образовательные традиции или же оказаться в плену западных космополитических иллюзий, которые, кстати, не всеми западными странами приняты?

Споры о Болонской системе, предполагающей два уровня подготовки специалистов – бакалавров и магистров, ве-

дуются давно. Ряд отечественных именитых юристов считает, что в юридической сфере она вообще неприемлема. Среди них – судья Конституционного Суда РФ, доктор юрид. наук, профессор Н. С. Бондарь, ректор крупнейшего юридического вуза страны – Московского государственного юридического университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА) В.В. Блажеев, академик Российской академии наук, доктор юридических наук, профессор, президент Московской государственной юридической академии О. Е. Кутафин и многие другие.

«Разделение на бакалавриат и магистратуру может усложнить поиск работы для бакалавров из-за психологии работодателей, – говорит Виктор Блажеев. – Велика вероятность, что человека с таким дипломом будут воспринимать как некий «полуфабрикат» и искать магистров даже на те позиции, где магистерское образование в реальности не требуется» [6].

И, как следствие, Высшая квалификационная коллегия судей Российской Федерации, по сути, указала бакалаврам на дверь. Степень «бакалавр», по мнению судейского сообщества, не дает права на занятие должности судьи. После первых выпусков бакалавров выясняется, что и в прокуратуры бакалавра не возьмут, и в солидной адвокатской или нотариальной конторе вряд ли бакалавров трудоустроят. Пока в общепринятом представлении это своего рода «полуюристы», которым для получения серьезной работы по юридической линии надо пройти еще магистратуру. Правоведы старой закалки не принимают коллег-бакалавров за полноценных юристов.

Полагаем, Министерству образования и науки России как можно скорее следует нормативно определить, в каких областях могут найти применение бакалавры-юристы. Это особенно важно, поскольку осенью 2013 г. Министерство образования опубликовало новые образовательные стандарты подготовки бакалавров-юристов. Новый ФГОС предлагает

разделить студентов на две категории: академических и прикладных бакалавров. При этом академическими полагается считать тех бакалавров, кто знает и может меньше. Очевидно, это создаст дополнительные новые трудности бакалавров при трудоустройстве.

Таким образом, анализ дискуссий, ведущихся в настоящее время в научно-педагогическом сообществе и юридическом мире, показывает, что в России не существует единства мнений по поводу образовательных реформ, инициируемых правительством в контексте присоединения страны к «Болонскому процессу». Вместе с тем, актуальность исследования зарубежного опыта обусловлена возможностями использования наиболее ценных достижений педагогической науки и практики за рубежом в контексте становления новой парадигмы высшего юридического образования России.

Достоверность и обоснованность научно-практических выводов, содержащихся в настоящей работе, обеспечивается обобщением широкого круга специальных научных источников, законодательных актов, опубликованных электронных материалов авторитетных средств массовой информации, в том числе, и относящихся к зарубежному опыту, а также непосредственным изучением одним из авторов зарубежного образовательного законодательства и практики подготовки юридических кадров во время научных стажировок в качестве стипендиата в университетах Германии 2004 и 2012 гг. [6].

Полагаем, теоретическая и практическая значимость результатов проведенного нами небольшого исследования заключается в возможности их использования в дальнейшей разработке теоретических и прикладных проблем, связанных с определением критериев отбора бакалавров-юристов для их последующего вхождения в профессии, а также для совершенствования отраслевого законодательства – судебного, адвокатского, прокурорского, нотариального и иного. Проведенное нами исследование расширяет представления о харак-

тере и сущности правовых и организационных аспектов формирования юриста в Германии, является предпосылкой для дальнейшего научного поиска и развития учения в этой области, выработки целостной эффективной системы подготовки юридических кадров в России в условиях сближения ее национальной системы образования с аналогичными системами европейских стран и повышения тем самым международной конкурентоспособности российской системы высшего образования.

Библиографический список

1. **Антропов Р. В.** Структурные особенности обучения юристов в современной высшей школе Германии: состояние, анализ, тенденции (по материалам немецкой печати) // Состояние и перспективы развития высшего образования в современном мире: материалы докладов Международной научно-практической конференции, Сочи, 9–10 сентября 2014 года. Часть II / Под ред. академика РАО Г.А. Берулавы. Сочи: НОУ ВПО МИУ. 2014. С. 86–89.

2. **Briedis, K.** *Übergänge und Erfahrungen nach dem Hochschulabschluss. Ergebnisse der HIS-Absolventenbefragung des Jahrgangs 2005* (HIS: Forum Hochschule 13/2007). Hannover, 2007. [Электронный ресурс]. URL: http://www.dzhw.eu/pdf/pub_fh/fh-200713.pdf (дата обращения: 11.12.2014).

3. **Brüggemann T., Rahn S.** Beruforientierung: Ein Lehr- und Arbeitsbuch. Münster: Waxmann, 2013. S. 372.

4. **Niedostadek A., Lorenz Jö. Cg.** Karrierewege für Juristen. München: Richard Boorberg Verlag, 2006. S. 220.

5. **Trimborn . Landenbeg, D. Waterschek S.** Die erfolgreiche Bewerbung als Rechtsanwalt. Bonn: Deutscher Anwaltverlag & Institut der Anwaltschaft GmbH Verlag, 2011. S. 152.

6. **Судья первого сорта:** для юридических профессий готовятся новые стандарты // Российская газета. – 2014. – 14 августа.

7. **Антропов Р. В.** является неоднократным стипендиатом Германской службы академических обменов (нем. Deutscher Akademischer Austauschdienst / ДААД, г. Бонн). В 2004 году осуществил научную стажировку при Институте римского права государственного университета города Кёльн (нем. Universität zu Köln). В 2012 году в рамках научной стажировки проводил научные изыскания в области контрастивных исследований российской и немецкой систем права в Институте правовой истории имени Леопольда Венгера в Мюнхенском государственном университете имени Людвиг-Максимилиана (нем. Ludwig-Maximilians-Universität München, LMU).

© Бахар Т. Д., 2014
© Белоусова Т. И., 2014

УДК 347.451.031
ББК 67.99(2)

**Т. Д. Бахар
Т. И. Белоусова**

***ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ КООПЕРАТИВНЫХ
ОРГАНИЗАЦИЙ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ
НА ОСНОВЕ ДИВЕРСИФИКАЦИИ***

Потребительская кооперация Забайкальского края на потребительском рынке региона выступает как многоотраслевая система и занимается торговлей, общественным питанием, заготовительной и производственной деятельностью.

Динамика основных показателей деятельности представлена в таблице 1.

Таблица 1

**Динамика основных показателей хозяйственной деятельности
Забайкальского крайпотребсоюза за 2012-2013 гг.**

Показатели	2012 год	2013 год	2013 год в % к 2012 году в действующих ценах	2013 год в % к 2012 году в сопоставимых ценах
Совокупный объем деятельности, млн. руб.	1187	1238	104,3	97,6
в том числе:				
Оборот розничной торговли	938,1	978,5	104,3	97,6
Оборот оптовой тор- говли	11,3	8,0	70,7	66,1
Оборот обществен-	42,5	51,3	120,7	112,9

ного питания				
Объем закупок сельхозпродуктов и сырья	56,7	49,5	87,3	81,7
Производство продовольственных товаров	132,3	146,8	111,0	103,8
В том числе по видам продукции:				
–хлеб и хлебобулочные изделия, тыс. тонн	2,81	2,83	100,6	–
–кондитерские изделия, тонн	215	262	121,9	–
–полуфабрикаты, млн. руб.	12,5	17,08	136,7	–

В 2013 г. величина совокупного объема деятельности составила 1238,0 млн. руб. Это больше чем в 2012 г. в текущих ценах на 4,3 %.

В системе Центросоюза РФ по совокупному объему деятельности Забайкальский крайпотребсоюз занимает 51 место.

Основным видом деятельности является розничная торговля, об этом свидетельствует доля оборота розничной торговли в совокупном объеме деятельности. В 2013 г. на оборот розничной торговли приходилось 79,0 % совокупного объема.

С одной стороны, это оценивается положительно и указывает, что экономические интересы кооперативных организаций Забайкальского края сосредоточены на развитии торговли. С другой стороны, очевиден дисбаланс между розничной торговлей и другими отраслями деятельности, розничной и оптовой торговлей. Слабо используются возможности формирования товарных ресурсов со стороны общественного питания и пищевой промышленности.

Оборот розничной торговли в 2013 г. получен в сумме 978,5 млн. руб. Это больше по сравнению с оборотом 2012 г.

в текущих ценах на 40,4 млн. руб. Прирост величины оборота обеспечен в основном за счет роста цен на 6,9 %. В структуре оборота преобладает доля продовольственных товаров (около 70 %).

Отрицательной оценки заслуживает крайне низкая величина оборота оптовой торговли и его снижение. Так, в 2013 г. по сравнению с 2012 г. оборот оптовой торговли снизился почти на треть и составил 8 млн. руб. Доля кооперативного опта в обороте розничной торговли системы незначительная, всего 0,8 %.

Положительной тенденцией является значительный прирост оборота общественного питания

Одной из задач развития потребительской коопераций края должно стать постепенное восстановление внутренней интеграции оптовой и розничной торговли, общественного питания для построения конкурентоспособных товаропроводящих сетей.

Закупка сельхозпродукции и сырья является одним из ключевых направлений деятельности организаций потребительской кооперации. Данная отрасль, наряду с торговлей, имеет большое значение с точки зрения создания дополнительных рабочих мест в сельской местности, повышения доходов населения, развития сельской инфраструктуры.

В системе Центросоюза РФ по объему закупок сельхозпродуктов и сырья крайпотребсоюз находится на 55 месте. В этой отрасли объем деятельности в стоимостном выражении снизился на 12,7 %, что свидетельствует о низкой организации закупок кооперативными организациями.

Однако в натуральных показателях по отдельным видам сельхозпродукции (мясо, молоко и др.) наблюдается положительная динамика.

Основными проблемами, препятствующими развитию заготовительной деятельности, являются:

- высокий уровень конкуренции на рынке сельхозпродуктов и сырья;
- отсутствие единой системы сбыта закупленной сельскохозяйственной продукции, что препятствует её реализации крупными партиями;
- недостаточность оборотных средств, не позволяющая эффективно закупать у населения сельскохозяйственную продукцию и сырье;
- недостаточность средств для развития материально-технической базы заготовительной деятельности.

Динамика производства продовольственных товаров свидетельствует о положительных тенденциях развития. Так, в 2013 г по сравнению с 2012 г. наблюдается увеличение объемов кооперативного производства хлебобулочных и кондитерских изделий, полуфабрикатов. В системе Центросоюза Забайкальский крайпотребсоюз по производству хлебобулочных изделий занимает 44 место, по производству кондитерских изделий и полуфабрикатов – 37 место.

Интенсивный рост кооперативного производства возможен вследствие имеющегося стабильного спроса на хлебобулочные и кондитерские изделия, полуфабрикаты, растущего спроса на экологически чистую продукцию, наличия материально-технической базы и собственных каналов сбыта. Кооперативным организациям следует интегрировать систему закупки сырья, использовать в производстве сырье, закупаемое организациями потребительской кооперации, а так же рассмотреть возможности возрождения производства колбасных изделий, по производству которых в 2007 году крайпотребсоюз занимал 47 место в системе Центросоюза, наладить производство плодоовощных консервов и безалкогольных напитков.

Важным направлением развития кооперативной промышленности в ряде районов края может стать производство непродовольственных товаров. Наиболее перспективными яв-

ляется производство пиломатериалов и древесины, заготовка дров.

Рынок сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Забайкальском крае, активным участником которого является потребительская кооперация, формируется как за счет собственного производства, так и за счет ввоза из других регионов России и из-за её пределов. В сельскохозяйственном производстве края в последние годы увеличилось производство зерна, мяса, молока, картофеля и овощей, но при этом сохраняются тенденции нарастания продовольственной зависимости.

В связи с этим активизация заготовительной и производственной деятельности потребительской кооперации на современном этапе является весьма актуальной. Возникает необходимость в использовании современного технологического оборудования и разработки новых технологий по переработке сельхозпродукции, в разработке новой продукции перерабатывающей промышленности с уникальными вкусовыми и пищевыми качествами, в освоении новых направлений деятельности, в том числе путем сырьевой диверсификации производства.

Активное участие организаций потребительской кооперации в существующих программах развития Забайкальского края, в разработке и реализации собственных бизнес-проектов по развитию заготовительно-производственной деятельности может существенно повысить уровень занятости и качество жизни сельского населения, обеспечить финансовую устойчивость и деловую активность организаций.

Оказать консалтинговую помощь кооперативным организациям по разработке бизнес-проектов может кафедра экономики нашего филиала. Один из таких мини-бизнес проектов мы предлагаем вашему вниманию.

В качестве объекта наблюдения выбрано Улетовское райпо.

Торговые предприятия Улетовского райпо обладают следующими преимуществами:

- в системе имеется большое количество действующих магазинов;
- торговля обслуживает больше 50% сельского населения;
- магазины потребительской кооперации в сельской местности являются центрами общественной жизни для многих населённых пунктов.

По результатам свот анализа (табл. 2) видно следующее:

- к сильным сторонам деятельности предприятия по сравнению с конкурентами относятся: удобные торговые площади, относительно стабильный персонал, репутацию и историю работы на рынке;
- к слабым сторонам деятельности относятся: более слабые, чем у конкурентов управление, маркетинг, негибкая ценовая политика, уязвимость к конкурентному давлению.

Таблица 2

SWOT - анализ Улетовского райпо

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
<ul style="list-style-type: none">• опыт• навыки и профессионализм персонала• качество продукции• ассортимент продукции• обширная торговая сеть• постоянные покупатели• налаженные каналы товародвижения	<ul style="list-style-type: none">• негибкая ценовая политика• уязвимость к конкурентному давлению• знание покупателей цены

<i>Возможности</i>	<i>Угрозы</i>
<ul style="list-style-type: none">• потребности покупателей• рост рынка• законы• поддержка органов местного самоуправления• выход на новые рынки	<ul style="list-style-type: none">• появление новых конкурентов• замедление роста рынка• непостоянство законодательства• неблагоприятные демографические изменения• новые технологии и инновации• износ основных фондов• зависимость от кредиторов

Несмотря на все риски и недостатки возможностей у Улетовского райпо для развития бизнеса достаточно. Одной из таких возможностей на наш взгляд является создание цеха по производству полуфабрикатов.

Целью предлагаемого нами бизнес-проекта является приобретение современного технологического оборудования для производства полуфабрикатов для улучшения качества обслуживания и получения дополнительной прибыли.

Для достижения поставленной цели предприятию требуется решить следующие **задачи**:

– приобретение технологического оборудования – тестораскаточную машину, упаковочный аппарат и пельменный автомат, холодильный аппарат;

– производство полуфабрикатов (пельмени с мясной, овощной или смешанной начинкой; вареники с мясной, овощной или смешанной начинкой) до 173 тонн, в объемах, которые будут удовлетворять спрос потребителей данного муниципального образования и соседних;

– развитие заготовительной деятельности (закупка сырья для производства полуфабрикатов у сельских жителей, что окажет позитивное воздействие на снижение социальной напряженности на селе);

– проведение комплекса маркетинговых исследований продвижения продукции на локальном и региональном рын-

ках и закрепления рынка сбыта продукции (продвижение брэнда: продукция из экологически чистого сырья);

- финансовое развитие предприятия;
- создание дополнительных рабочих мест, что позволит снизить социальную напряженность в селе.

Особенностями и преимуществами настоящего бизнес-проекта в соответствии с поставленными целями, являются:

- окупаемость инвестиций в связи с заинтересованностью потребителей полуфабрикатов;
- повышение производственно-технологического потенциала и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов потребительской кооперации края;
- насыщение регионального рынка выпускаемой продукцией.

Этот проект имеет следующие преимущества:

- не требуется огромных площадей и затрат. В Улетовском райпо имеются свободные помещения и отдельные виды оборудования;
- имеется транспорт, с помощью которого будет перевозиться готовая продукция;
- в собственности Улетовского райпо имеется 12 магазинов, через которые в последствии можно реализовать продукцию.

Предполагаем выпускать полуфабрикаты в следующем ассортименте:

- пельмени с мясной начинкой;
- пельмени с овощной начинкой;
- пельмени со смешанной начинкой;
- вареники с овощной начинкой;
- хинкали с различной начинкой.

Предприятие планирует обеспечить высокое качество производимой продукции за счет установки новейшего технологического оборудования.

Производственный процесс производства полуфабрикатов состоит из нескольких стадий.

Таблица 3

Операции по производству полуфабрикатов

Подготовительная стадия	изготовление теста	1 час
	подготовка начинки	1 час
Изготовление готовой продукции	производствопельменей (вареников) в форме полумесяца	1 час
Охлаждение, заморозка готовой продукции	Охлаждение и заморозка при T -18°C	1,5 час
Упаковка готовой продукции	Упаковка в пакеты готовой продукции	0,5 час

Технология производства полуфабрикатов соответствует ТУ 10.02.01. 110-89.

Длительность производственного цикла составляет 4 часа.

С учетом часовой производительности оборудования возможен выпуск 690 кг (108 кг *8 час *0,8) за рабочую смену (коэффициент использования сменного времени 0,8), что обеспечит выполнение годовой программы 173,9 тонн.

Для реализации готовой продукции (пельменей, вареников, хинкали с различными начинками) необходимы договоры о сотрудничестве с розничными торговыми предприятиями города Читы и края (торговая сеть магазинов «Привоз», «Спутник», кафе, закусочными), оптовыми продавцами.

Качество продукции будет обеспечиваться за счет использования нового современного оборудования и экологически чистого сырья.

Для реализации бизнес-проекта по производству полуфабрикатов требуется сумма инвестиций для приобретения оборудования в размере 1285 тыс. руб. (табл. 4).

Таблица 4

**Стоимость оборудования, необходимого
для производства полуфабрикатов**

<i>Оборудование</i>	<i>Характеристика мини-цеха</i>	<i>Общая стоимость, руб.</i>
Приобретение автомата пельменного	Производительность оборудования – 7200 шт./час; Установленная мощность оборудования – 1,1 КВт/час; Габаритные размеры: 990*470*1150; масса – 160кг.	106,5
Приобретение тестораскаточной машины	Установленная мощность оборудования – 1,5 КВт/час.	120,0
Приобретение упаковочного аппарата	Установленная мощность оборудования – 0,7 КВт/час.	100,0
Приобретение холодильной установки	Установленная мощность оборудования – 6,3 КВт/час.	852
Приобретение раздочных столов	4 стола * 12,5 тыс. руб.	50,0
Затраты на доставку и монтаж 15% от стоимости оборудования		56,5
Итого	x	1285

Нами произведен расчет затрат по статьям калькуляции, в том числе и расчет потребности в сырье для производства полуфабрикатов (табл. 5).

Таблица 5

Потребность в сырье и материалах для выпуска полуфабрикатов

Наименование	Количество	Цена за кг., рублей	Всего, тыс. руб.
Соль	1765 кг.	15	26,5
Перец	88 кг	900	79,2
Мясо говядина	52, 2 тонн	200	10440
Мясо свинина	26,1 тонн	250	6525
Овощи (лук, морковь, капуста)	10 тонн	20	200
Тесто готовое	87 тонн	20	1740
Итого	x	x	19011

Полная себестоимость продукции (табл. 6) составит 19985 тыс. руб.

Таблица 6

Полная себестоимость производства полуфабрикатов

Наименование элементов затрат	Всего, тыс. руб.
Расходы на сырье и материалы	19011
Расходы на электроэнергию на технологические цели	47
Расходы на оплату труда производственных рабочих	408
Уплата страховых взносов от заработной платы наемных рабочих	123,2
Уплата страховых взносов в ФСС	3,3
Амортизация основных фондов	147,3
Расходы на приобретение дров	25
Расходы на оплату воды	22,2
Производственная себестоимость	19787
Коммерческие расходы 1,0% от производственной стоимости	198
Полная себестоимость	19985

Себестоимость 1 кг.пельменей составляет 115 руб. (19985/173,9).

Низкое значение себестоимости производимой продукции объясняется применением местных источников сырья (фермерские хозяйства, ЛПХ). Также нами не учтены в расчетах проценты за пользование заемными средствами, предполагается осуществление финансирования проекта за счет собственных средств райпо или государственных субсидий.

При условии повышения цен на основное сырье (мясо) и использовании заемных средств для финансирования предлагаемого проекта, себестоимость производства повысится, но в любом случае обеспечит широкие возможности для установления отпускных цен при реализации продукции приемлемых для большинства покупателей.

Исходя из этого, считаем предлагаемый проект достаточно эффективным для развития деятельности данной кооперативной организации.

Таким образом внутренняя интеграция и одновременно диверсификация с учетом взаимосвязи и взаимозависимости отраслей торговли, общественного питания, заготовительной деятельности и производства, позволит получить дополнительный экономический эффект для системы потребительской кооперации в целом и каждой её отрасли в отдельности.

© Васильева Е. В., 2014

УДК 330.44
ББК 65.053

Е. В. Васильева

***ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОМОЩЬ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЮ***

Современный мир изменяет привычные черты реальности, все больше напоминая старые фантастические фильмы. Электронные деньги и документы, виртуальные встречи и общение, интернет-проекты и веб-сайты стали повседневностью. Меняется время – меняются приоритеты, в том числе и в бизнесе. Предпринимателям приходится учиться разбираться в IT-новинках, современных гаджетах и модных девайсах. Смартфоны и андроиды становятся неотъемлемой частью нашей жизни, а кроме того предоставляют небывалые возможности, позволяя экономить время, деньги, трудовые ресурсы. В тоже время, IT-составляющая требует не малых затрат, что наиболее существенно отражается на бюджете организаций малого и среднего бизнеса. В этом уверены эксперты консалтинговой компании Gartner Group, одного из мировых авторитетов в области анализа рынка программных продуктов. Согласно данным, полученным в результате их масштабных исследований, в среднем европейская компания вкладывает от 1 до 3 % от оборота средств на развитие IT. Причем большинство организаций готовы в дальнейшем увеличить инвестиции в сферу интернет-технологий на 50-70 процентов.

Без затратного бизнеса не бывает. Однако каждый предприниматель понимает, что такие вложения станут фундаментом для его бизнеса в будущем. В тоже время, мелкий и средний бизнес при всем желании вынужден и здесь экономить. Что делать, если оказаться в хвосте уже на старте не хочется, а средств на компьютерные программы в обрез? Со-

кратить расходы на ИТ и обеспечить четкое соответствие затрат на них бизнес-результатам поможет сервис облачных вычислений. В этом убеждены компании, предоставляющие бизнесу такие услуги, в том числе мировые гиганты и лидеры в сфере ИТ – Google, Microsoft и Zoho.

Термин «облако» используется метафорический и обозначает сложную незримую структуру, за которой скрывается множество технических деталей, позволяющих получить доступ к внешним вычислительным ресурсам через Интернет. С одной стороны, такие технологии дают возможность брать в аренду трафик, программы, компьютерные мощности и интернет-пространство в любое удобное для вас время и в необходимых объемах.

Работать с различными программами и хранить информацию прямо в Интернете, не нагружая ваш персональный компьютер и корпоративную сеть, довольно выгодно. С другой стороны, существует опасение, что хранящаяся в Интернете персональная информация станет общедоступной.

Мнение о недостаточной ненадежности «облачных» систем бытует с момента их создания, однако не совсем обосновано. Ведь кто, если не специалисты ведущих мировых корпораций, сумеют надежнее защитить информацию от вирусов и взломов? Защита персональных данных своих пользователей – это их основная задача. В тоже время, безопасность информации во многом зависит от технологии передачи данных и приложений, в соответствии с чем «облачные» системы подразделяются на частные, публичные, общественные и гибридные.

Частное облако (англ. private cloud) позволяет объединить собственные интернет-ресурсы в один пул и распределить их между несколькими приложениями или потребителями по мере необходимости. Оно находится в собственности и управлении одной организацией, что говорит о высокой степени защиты персональных данных. Клиенты и подрядчики могут пользоваться сервисами, но их возможности контролируются владельцем системы. Благодаря высокой степени конфиденциальности, частные облака приобрели наибольшее количество поклонников во всем мире.

Публичное облако (англ. public cloud), в свою очередь, предназначено для свободного использования широкой пуб-

ликой и обеспечения задач, не требующих высокого уровня безопасности. Оно может находиться в собственности различных частных и государственных организаций. По сути, это сервис-провайдер, который предоставляет возможность клиентам создавать внутри облака собственные порталы и внешние хранилища данных, а так же проводить не конфиденциальные разработки.

Публичное облако больше подойдет бизнесу, не планирующему инвестировать огромные деньги на создание и поддержку собственной интернет-инфраструктуры, а так же желающему оптимизировать затраты на резервирование вычислительных мощностей.

Общественное облако (англ. community cloud) создается специально для использования потребителями из сообщества организаций с общими задачами. Чаще всего находится в совместной собственности и доступно лишь для «своих». Можно сказать, что это гигантское частное облако с высокими затратами на его разработку и содержание.

Гибридное облако (англ. hybrid cloud), как понятно из названия, представляет собой комбинацию из нескольких облачных инфраструктур, связанных между собой стандартными или индивидуальными технологиями передачи данных и приложений. Выгодно крупным компаниям, так как позволяет на определенных сервисах экономить ресурсы, а другие сделать конфиденциальными.

Итак, с видом облака определиться не сложно, но вот что брать в аренду: инфраструктуру, платформу или программное обеспечение (ПО)? Над этим вопросом следует хорошо поразмыслить и просчитать варианты, ведь возможности у всех разные и универсального средства не существует.

В настоящее время «облачные» сервисы разрабатываются на базе трех моделей: SaaS, PaaS и IaaS. Немного о каждой из них. SaaS (Software-as-a-Service) в переводе означает «программное обеспечение как услуга». Эта модель предоставляет потребителю возможность использования ПО провайдера, работающего в облачной инфраструктуре и доступного из различных клиентских устройств или посредством браузера. При этом пользователь не заботится об управлении инфраструктурой облака. Обслуживание сетей, серверов, операционных систем, и индивидуальных возможностей

приложения осуществляется облачным провайдером. Пользователь может только выбрать определенную конфигурацию личных настроек приложения. Очевидно, что главным преимуществом модели SaaS для потребителя является отсутствие затрат, связанных с установкой, обновлением и поддержкой работоспособности оборудования и программного обеспечения, работающего на нём.

PaaS (Platform-as-a-Service) или платформа как услуга – это модель, предоставляющая возможность потребителю использовать облачную инфраструктуру для размещения на ней базового программного обеспечения и различных собственных приложений. Провайдером предоставляется система управления базами данных, среда исполнения языков программирования, осуществляется контроль и управление за основной инфраструктурой облака. В тоже время собственными разработанными или приобретенными приложениями клиент может управлять совершенно самостоятельно.

Модель IaaS (IaaS or Infrastructure-as-a-Service) – предоставляет услуги по аренде виртуальной архитектуры. Можно сказать, что этот вариант подойдет творческим и свободолюбивым натурам. Клиенту в пользование передается облачная инфраструктура, при этом он может устанавливать, запускать и контролировать собственное программное обеспечение, в том числе операционные системы, базы данных и приложения. Провайдер все же самостоятельно управляет основной инфраструктурой облака, отвечает за обработку и хранение информации, занимается обслуживанием сетей и серверов.

Каждая из вышеприведенных моделей позволяет экономить на разработке, внедрении и обслуживании собственной IT-инфраструктуры. Отсутствие затрат на оборудование, программное обеспечение и обслуживающий технику персонал позволяет снизить капитальные расходы в краткосрочном и среднесрочном периодах. Согласно исследованиям, проведенным компанией Capgemini, облачные технологии позволяют в два раза уменьшить затраты предпринимателей на IT, на 41 % способствуют быстрому выходу на рынок и на 39 % снизят операционные расходы. Кроме того, облачные системы эластичны, легкодоступны и оплачиваются по мере потребления. Провайдер самостоятельно перераспределяет

мощности между потребителями в зависимости от спроса, сохраняя при этом высокое качество и скорость предоставления услуг. Что же, неплохо для начала! Ожидается, что как и любая инновация, облачные вычисления раскроют весь свой потенциал лишь в будущем. Прогнозы делают разные, от единиц до десятков лет. Тем не менее, «облака» уже сейчас можно назвать трендом в веб-технологиях, о чем говорит их растущая популярность на западе. И сдавать позиции они, видимо, не намерены.

Можно ли вести бизнес только при помощи планшета и мобильного телефона, без расходов на канцтовары, бумагу, отчёты? Оказывается можно. Приведем несколько примеров.

В Казахстане появился проект мобильного эквайринга, позволяющего проводить платежи и рассчитывать налоги с помощью удалённых серверов и мобильного приложения.

Вместо кассового оборудования, на регистрацию и обслуживание которого нужно тратить деньги, потребуется планшет, приложение, регистрирующее операции в онлайн-режиме, и принтер для печати чеков. Кроме того, чек можно будет отправить клиенту по электронной почте или SMS. Такая система позволит сэкономить.

Система применения SaaS-технологии состоит из удалённых серверов процессингового центра с фискальной памятью и мобильного приложения, которое позволяет клиенту принимать оплату за товары, работы и услуги в режимах онлайн и офлайн наличными и электронными деньгами и с помощью карточек. Она заменяет кассовый аппарат и pos-терминал, автоматически рассчитывает налоги, оплату труда и налоги с доходов физических лиц, проводит начисления и зачёт НДС, учёт материалов, товаров и услуг. Система мгновенно регистрирует каждую операцию на удалённых серверах с последующим начислением обязательств. А это позволяет предпринимателю не формировать отчёты и не тратить время на их сдачу. Система формирует и отправляет отчёты автоматически, нужно только дать криптоключ для доступа к данным налоговому инспектору.

Система помогает предпринимателям правильно принимать оплату за товары, работы и услуги. А главное – избавляет большинство начинающих предпринимателей и «самозанятых» от поиска средств на покупку кассового аппара-

та, pos-терминала, на ведение учёта и сдачу отчётности, хранение первичных документов, проверку и приём оплаты за товары, работы и услуги, – уверены разработчики.

Клиентское мобильное приложение для компьютеров и смартфонов основано на технологии регистрации и обработки расчётных операций на удалённых серверах по принципу «отправил-забыл». Система позиционируется как поставщик услуг в отношениях государство – налогоплательщики. Её применение предполагает мгновенное декларирование каждой операции, избавляя пользователя от рутинной сдачи отчётности.

Чтобы упростить ведение бизнеса, предпринимателю нужно установить приложение на компьютере или смартфоне, зарегистрироваться и отправлять расчётные операции покупок, продаж, оплаты труда в «облако». Есть возможность присоединить к системе модуль учёта материалов, но она тогда станет более сложной, кастомизированной под конкретного пользователя. Система сама регистрирует операции, проводит обработку, расчёты, учёт, отчётность и выдаёт суммы к оплате на экран устройства пользователя.

Авторы считают свою технологию хорошей альтернативой предстоящему предпринимателям затратному подключению к платёжным системам.

Система SaaS вместо кассового аппарата

Предприниматель, ИП на сайте размещает заявку, получает код активации, регистрируется. При покупке-продаже вводит данные покупателя, сумму оплаты и отправляет на удалённый сервер с модулем фискальной памяти. Сервер регистрирует операцию и отправляет чек с уникальным номером. Предприниматель, ИП распечатывает и сохраняет чек.

Покупатель для получения чека выводит его на печать на принтере. Можно отправить цифровую копию на электронную почту, код – на распечатку по SMS. При регистрации в системе и предоставления ИИН при покупке покупатель в любое время, в любом количестве выведет чек на печать с «личного кабинета». Удалённый сервер мгновенно рассчитает и выдаст сумму налога на экран. Система работает по кассовому методу возникновения обязательств.

Кстати, в системе реализована возможность простого перевода денег, например, студенту от родителей в другой город постановкой галочки в поле «Перевод не в целях предпринимательской деятельности».

Система SaaS вместо pos-терминала

Отличие pos-системы от pos-терминала в том, что модуль фискальной памяти у pos-системы – в печатающем устройстве, точнее, в фискальном регистраторе. У pos-терминала модуль фискальной памяти находится внутри корпуса компьютерного блока. С этим связана ещё одна особенность применения pos-систем и pos-терминалов. Pos-терминалы могут продаваться только с определенными специализированными кассовыми программами, которые вместе с pos-терминалом внесены в госреестр контрольно-кассовых машин.

Для pos-систем не нужна сертификация программного обеспечения (ПО), всё необходимое для фискального учёта ПО записано в памяти фискального регистратора. Мобильное приложение работает с программным обеспечением на удалённых серверах, обеспечивающих некорректируемую запись информации и обработку. При покупке-продаже вводим в мобильное приложение данные банковской карты покупателя, сумму оплаты и отправляем на удалённые серверы системы. Оплата картами предусматривает защиту онлайн-платежей – систему 3-D Secure. Подтверждение покупки – пришедшее SMS с уникальным кодом, без которого система платёж не проведёт, – говорят авторы SaaS.

Система SaaS по оплате труда

Пользователь в мобильном приложении выбирает режим «Оплата труда» и вводит идентификационные данные работодателя, работников, номера телефонов, полные суммы окладов. Отправляет на удалённые серверы для расчёта. Затем выдаёт работникам оклады. В случае оплаты безналичными или электронными деньгами система переводит деньги после получения подтверждения с БИН ИИН работодателя на ИИН работников перечислением.

Система делает расчёт и рассылает на мобильники работников расчётные листки с начисленной суммой. Работники самостоятельно перечисляют общую сумму налогов в систему: в случае получения наличными вносят общую сумму налога в терминал мобильной связи, предварительно выбрав в терминале опцию «Оплата налогов» и введя свой ИИН. Система сама производит расчёт и распределяет в ЕНПФ и фонд соцстрахования, Республиканский и местный бюджеты суммы отчислений. Работодатель и работники могут просмотреть состояние расчётов на лицевом счёте в режиме реального времени.

Получится ли убедить население при оплате наличными пользоваться SaaS системой? Авторы технологии уверены, что в этом поможет фактурно-зачётная особенность НДС. Нужно регистрировать каждого экономического агента как плательщика НДС. Покупатель будет стремиться провести операцию через систему и взять в зачёт сумму уплаченного им при покупке НДС.

Несмотря на очевидные преимущества, саму концепцию облачных технологий немало критикуют, причем с самых разных сторон. Главные претензии связаны с безопасностью (достаточно ли надежно защищены данные в облаке? И нет ли вероятности того, что сам владелец дата-центра решит воспользоваться доверенными ему данными?) и жизненной необходимостью надежного широкополосного доступа в интернет.

Однако, несмотря на все сомнения будущее облачных технологий представляется самым радужным. Доказательством того, что это не временное увлечение, а новый путь развития высоких технологий, является следующий факт: сколь бы ни были сильны противоречия между тремя гигантами – Microsoft, Apple и Google, сколь бы ни различались взгляды их руководителей и идеологов на развитие индустрии и потребности пользователей, практически одновременно они вошли на эту новую (пока что) территорию, и совершенно не

собираются оттуда уходить. Более того, именно с облачными технологиями все три компании связывают свое будущее.

Еще два года назад концепция cloud computing казалась лишь красивой идеей, «маниловщиной», странным экспериментом. Сегодня же преимущества облачных технологий могут почувствовать даже те люди, которые не связаны с разработкой программ, веб-технологиями и прочими узкоспециализированными вещами.

УДК 336
ББК 65.9(2)26+65.9(2)29

О. Ю. Герасимова

***ОСОБЕННОСТИ АУДИТА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ***

В последнее время особую актуальность приобретает необходимость проведения инициативного аудита в предприятиях малого бизнеса, которая обоснована целями контроля, а так же получения аудиторского заключения в случаях, если в организации производится смена собственников и (или) директора; компания продается как имущественный комплекс; требуется проверить состояние бухгалтерского учета и помочь работе финансовых служб; необходимо оптимизировать налогообложение; при привлечении значительных кредитных средств или новых партнеров и инвесторов.

Одним из основных элементов современной экономики России, без которого, как экономика, так и общество в целом не могут нормально развиваться, является малое предпринимательство. По своей экономической сути малое предпринимательство должно способствовать поддержанию конкурентного тонуса в экономике, создавать естественную социальную опору общественному устройству, организованному на началах рынка и формировать социальный слой общества.

По данным статистики, в России доля малых фирм в общем числе предприятий составляет 29%. В странах ЕС только микропредприятия составляют более 90% от общего числа предприятий.

Сегодня малый бизнес России характеризуется высоким процентом функционирования предприятий в сфере теневой экономики. Большинство представителей малого бизнеса умышленно занижают в отчетных данных свои доходы, уменьшая налогооблагаемую базу. В результате государственный бюджет России недополучает денег.

С целью повышения активности предпринимательской деятельности граждан и малых предприятий налоговым законодательством РФ в начале XXI века было установлены специальные режимы налогообложения, существенно смягчающие налоговое бремя и облегчающие ведение бухгалтерского учета.

С одной стороны, Федеральный Закон № 402 «О бухгалтерском учете» (далее ФЗ-402) предписывает вести бухгалтерский учет, в том числе индивидуальным предпринимателям.

С другой, предусмотрены исключения. Например, индивидуальные предприниматели, применяющие систему налогообложения в виде ЕНВД, ведут учет физических показателей, а также учет изменений в них. По этой причине они имеют право не вести бухгалтерский учет.

Для индивидуальных предпринимателей, применяющих УСН, Налоговым кодексом прямо предусмотрена обязанность ведения учета доходов и расходов, поэтому они так же не обязаны вести бухгалтерский учет. Аналогичное же положение у индивидуальных предпринимателей, использующих общую систему налогообложения и ЕСХН.

Так, ведение бухгалтерского учета у индивидуальных предпринимателей, необходимо, по существу, только для целей контроля и своевременного анализа фактов хозяйственной деятельности. В связи, с чем индивидуальный предприниматель сам организует ведение бухгалтерского учета и хранение документов, а также исполняет иные обязанности, установленные ФЗ-402 для руководителя экономического субъекта в соответствии с ч. 2 ст. 7 ФЗ-402.

В тесной связи с бухгалтерским учетом в современном мире бизнеса находится аудит - независимая проверка бухгалтерского учета и финансовой (бухгалтерской) отчетности предприятий и индивидуальных предпринимателей (аудируемых лиц).

Согласно нормам Российского законодательства у индивидуального предпринимателя, не подвергающегося обязательному аудиту по ФЗ № 307 «Об аудиторской деятельности», нет обязанности представлять аудиторское заключение в налоговые или иные органы. Но при этом современные условия хозяйствования, например, привлечение инвесторов, получение кредитов и займов, требуют его получения по результатам инициативного аудита.

Таким образом, с целью обеспечения спокойного будущего в развитии своего бизнеса, индивидуальному предпринимателю важно, как вести бухгалтерский учет, так и подвергаться аудиторской проверке. В связи с чем, тема статьи считается актуальной.

Каждый индивидуальный предприниматель, создавая собственный бизнес, преследует только одну цель – добиться успеха. Осуществление хозяйственной деятельности индивидуального предприятия требует постоянного контроля. Наиболее эффективным из существующих методов контроля является аудит.

На сегодняшний день существует большое количество определений аудита, которые закреплены как в федеративных законах России, так и в международной нормативной практике.

Термин «аудит» подразумевает независимую экспертизу деятельности предприятия, которая проводится сотрудниками аудиторской фирмы для сопоставления финансово – хозяйственной деятельности действующему законодательству, а также полнота и достоверность отражения операций в бухгалтерском учете.

Законодательство Российской Федерации предусматривает два вида аудита индивидуальных предпринимателей:

- обязательный – которой должны делать все предприятия и организации в установленный сроки, в соответствии с требованиями законодательства;

- инициативный – по желанию самого предприятия, на основе его заявки в выбранную аудиторскую фирму.

Отметим, что в соответствии с требованиями Федерального закона от 30 декабря 2008 года № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности», статьи 5 «Обязательный аудит», обязательному аудиту подлежат:

- открытые акционерные общества;
- банки;
- страховые организации;
- бюро кредитных историй;
- товарные и фондовые биржи;
- государственные внебюджетные фонды, источником финансирования которых являются добровольные отчисления от юридических и физических лиц;
- организации объем выручки которых, за предшествующий отчетному год превышает 400 миллионов рублей или сумма активов бухгалтерского баланса, за тот же период, превышает 60 миллионов рублей;
- общественные организации и др.

Тем не менее, законодательством РФ предусмотрен инициативный аудит - это аудиторская проверка любого направления деятельности организации или индивидуального предпринимателя на основе заключенного с аудитором договора.

Инициативный аудит принято называть «добровольным», так как масштаб и характер проверки определяет сам заказчик.

Итак, аудиту подлежат: как юридические организации не зависимо от вида деятельности и организационно – правовой формы собственности, так и физические лица, без организации юридического лица, занимающиеся индивидуальной предпринимательской деятельностью. Аудит может прово-

даться по желанию организации, а также по настоянию государственных властей или контрагентов предприятия.

Инициативный аудит необходим:

- в рамках политики четкого соблюдения требований законодательства и подготовки к проведению обязательного аудита компании
- при желании собственника, руководителя или главного бухгалтера предприятия удостовериться в правильности работы финансового подразделения
- в случае купли-продажи бизнеса, когда потенциальный покупатель хочет проанализировать финансовые показатели и оценить риски
- при иных обстоятельствах, требующих особого контроля над деятельностью компании, подразделениями предприятия и бухгалтерским (финансовым) учетом

Целью предлагаемого инициативного аудита индивидуального предпринимателя является подтверждение достоверности данных его отчетности, сформированной с учетом требований законодательства на основе информации, полученной по результатам проводимого учетного процесса.

Для субъектов малого предпринимательства характерным является то, что бухгалтерский учет в них ведется ограниченным числом работников, и, кроме того, законодательно допускается совмещение обязанностей лица, ответственного за ведение учета и за хранение товарно-материальных ценностей. Таким образом, аудиторская организация в ходе аудиторской проверки индивидуальных предпринимателей не должна требовать в полной мере разделения ответственности и полномочий сотрудников.

Аудиторская организация самостоятельно принимает решение о том, применять или не применять при аудите данного экономического субъекта методики аудита, характерные для субъектов малого предпринимательства, но обязана отразить свой выбор и соответствующую аргументацию в своей рабочей документации.

Документирование изучения и оценки системы бухгалтерского учета и системы внутреннего контроля должно соответствовать масштабу проверяемого экономического субъекта и для субъектов малого предпринимательства может проводиться в упрощенном виде по сравнению с документированием крупных и средних экономических субъектов.

В ходе аудита малых экономических субъектов аудиторским организациям следует применять федеральные стандарты аудиторской деятельности в полном объеме.

Вместе с тем для малых экономических субъектов характерен ряд специфических особенностей, которые оказывают влияние на порядок проведения аудита таких субъектов. Данные особенности бывают, как правило, вызваны следующими факторами:

- ограничение или отсутствие разделения полномочий сотрудников, отвечающих за ведение учета и подготовку отчетности;

- преобладающее влияние владельца и (или) единоначального руководителя на все стороны деятельности такого экономического субъекта.

Так же во время аудита малых экономических субъектов особое внимание необходимо уделить следующим потенциальным факторам риска:

- учетные записи могут вестись нерегулярно, без последовательного соблюдения формальных требований, могут не отражать реального положения дел, что повышает риск искажений бухгалтерской отчетности;

- руководители экономического субъекта могут ошибочно предполагать, что в ходе аудита, предусматривающего выдачу аудиторского заключения, аудиторская организация дополнительно окажет услуги по восстановлению учета, исправлению допущенных ошибок, подготовке бухгалтерской отчетности;

- вследствие меньшего, чем в иных экономических субъектах, количества учетных работников по объективным

причинам невозможно обеспечить надлежащее разделение их ответственности и полномочий.

Различают следующие основные этапы инициативного аудита индивидуального предпринимателя.

На стадии предварительного планирования сотрудникам аудиторской организации следует ознакомиться с системами бухгалтерского учета и внутреннего контроля индивидуального предпринимателя.

В случае, если из-за недостатков этих систем, связанных с особенностями малых экономических субъектов, получение надлежащих аудиторских доказательств, необходимых для подготовки полноценного аудиторского заключения, не представляется возможным, аудиторской организации целесообразно отказаться от работы с данным экономическим субъектом.

Перед началом аудита индивидуального предпринимателя особенно важным является согласовать в договоре условия проведения аудита, права и обязанности аудиторской организации и экономического субъекта.

Как и в случае аудита любых экономических субъектов, в ходе аудита малых экономических субъектов следует тщательно планировать работу, анализировать специфику деятельности данного субъекта, изучать системы бухгалтерского учета и внутреннего контроля.

В ходе аудита индивидуального предпринимателя рекомендуется исходить из оценки надежности средств внутреннего контроля как «низкой», если нет явных доказательств противоположного.

Сотрудникам аудиторской организации рекомендуется в меньшей мере полагаться на средства контроля подлежащего проверке малого экономического субъекта, а в качестве основного способа сбора аудиторских доказательств использовать аудиторские процедуры по существу.

Вопрос оценки существенности в аудите у индивидуальных предпринимателей заключается, прежде всего, в выборе конкретной базы, включающей один или несколько по-

казателей бухгалтерской отчетности и способ расчета количественного критерия существенности – величины предельно допустимой ошибки.

По мнению одних аудиторов, необходимы точные количественные оценки существенности, другие наоборот избегают жестких оценок. Некоторые аудиторы считают, что при оценке существенности целесообразно учитывать не только количественные, но и качественные стороны информации, такие, как вид деятельности клиента (производство, торговля, сельское хозяйство, посредническая деятельность и т.д.), стабильность его положения на рынке, финансовое состояние. Например, какая-либо сумма может оказаться несущественной по отношению к объему валовой прибыли, но иметь значение при выявлении тенденций развития.

Для применения существенности по каждому отдельно взятому счету используется понятие предельно допустимой ошибки. Устанавливая допустимую ошибку ниже планируемой существенности, аудитор уменьшает вероятность того, что сумма расхождений по отдельно взятым счетам (как выявленным, так и не выявленным) превысит уровень существенности. Размер допустимой ошибки учитывается при разработке программы проверки каждого конкретного счета и, прежде всего при размере выборки.

На этапе планирования возможные ошибки бухгалтерской отчетности могут быть оценены только в долях или процентах, от какого-либо показателя (или их группы). В дальнейшем, в ходе аудиторских процедур, относительная величина существенности будет трансформироваться в абсолютную, путем подсчета суммы не выявленных ошибок. При подведении итогов проверки агрегирование всех обнаруженных искажений позволит найти уточненный уровень существенности, как правило, скорректированный по сравнению с плановым.

Аудиторы обычно обходятся без точных количественных оценок. Считается, что отклонение до 5% - незначительно, а более 10% - существенно (Т.А. Фролова «Аудит»).

В виду того, что индивидуальным предпринимателем не составляется бухгалтерская отчетность, в связи с чем нет возможности использовать для традиционного расчета уровня существенности какие либо базовые показатели (например, размер собственного капитала, прибыли, валюты баланса и т.д.), возможно устанавливать уровень существенности в рамках стандартной точечной границы существенности, то есть 5% применительно к доходам рассматриваемого микропредприятия, как рекомендует аудитор Н. Д. Бровкина.

Аналогичный уровень существенности используют и при раскрытии информации бухгалтерской (финансовой) отчетности. В аудиторской практике чаще всего считается, что отклонение до 5% будет незначительным, а отклонение свыше 5% - существенным.

На наш взгляд, данный показатель, возможно, в ходе проведения инициативного аудита у индивидуальных предпринимателей уменьшить в случае, если деятельность индивидуального предпринимателя подвергалась регулярному контролю со стороны налоговых органов, по результатам которого существенных замечаний не было представлено.

С учетом особенностей аудиторского риска в малых экономических субъектах аудиторской организации следует исходить из того, что ее мнение о степени достоверности бухгалтерской отчетности должно в преобладающей мере определяться аудиторскими доказательствами, получаемыми при проведении аудиторских процедур по существу.

Аудиторам следует уделять большое внимание получению официальных письменных разъяснений от его руководства, в котором эти руководители подтвердили бы понимание своей ответственности за организацию надлежащего ведения бухгалтерского учета и подготовку достоверной и полной бухгалтерской отчетности, а также в необходимых случаях привели бы свои аргументы и высказали бы аудиторской организации свою позицию по возникшим в ходе аудита спорным вопросам бухгалтерского учета, отчетности и налогообложения.

Так же в ходе сбора и оценки информации о малом экономическом субъекте аудиторской организации необходимо учитывать специфику нормативной базы таких субъектов, в том числе:

а) упрощенный порядок регистрации, лицензирования и сертификации деятельности субъектов малого предпринимательства;

б) упрощенный порядок представления государственной статистической и бухгалтерской отчетности;

в) допустимость использования самостоятельно разработанных форм для документирования хозяйственных операций и представления форм бухгалтерской отчетности на бланках, изготовленных самостоятельно;

г) меры государственной поддержки субъектов малого предпринимательства, влияющие на их финансово - хозяйственную деятельность;

д) влияние особенностей регионального и местного законодательства на функционирование малых экономических субъектов.

Так, конкретная методика выполнения инициативной аудиторской работы у индивидуального предпринимателя выглядит следующим образом:

1. Преддоговорная работа;
2. Назначение руководителя проверки;
3. Планирование аудиторской проверки;
4. Утверждение состава рабочей группы;
5. Проведение аудиторской проверки с оформлением рабочих документов аудитора в соответствии с внутрифирменными стандартами;

6. Формирование отчета по результатам аудиторской проверки и его согласование с аудируемым лицом;

7. Подготовка и утверждение аудиторского заключения;

8. Архивирование документов аудиторской проверки.

Информационную базу инициативного аудита индивидуального предпринимателя могут составлять:

- Книга учета доходов и расходов;

- первичные документы, с использованием которых регистрируются произошедшие хозяйственные операции по учету имущества, расчетов, обязательств, финансовых результатов;

- налоговые декларации;

- форма РСВ-1 ПФР;

- форму 4-ФСС РФ;

- справки о доходах физического лица по форме 2-НДФЛ и др.

Для сбора доказательств аудитором могут быть применены различные процедуры, в частности:

- пересчет — это проверка арифметической точности источников документов и бухгалтерских записей и выполнение независимых подсчетов;

- инвентаризация — это прием, который позволяет получить точную информацию о наличии имущества и обязательств экономического субъекта и ориентировочную информацию об их состоянии и стоимости;

- подтверждение используется для получения информации о реальности остатков на счетах учета денежных средств, счетов расчетов, счетов дебиторской и кредиторской задолженности;

- проверка документов широко практикуется получение информации посредством проверки документов, подготовленных независимыми сторонами и клиентом. Проверка документов заключается в том, что аудитор должен убедиться в реальности первичного документа. Для этого рекомендуется выбрать определенные записи в бухгалтерском учете и проследить отражение операции в учете вплоть до того первичного документа, который должен подтверждать реальность и целесообразность выполнения этой операции;

- прослеживание (трассирование) осуществляется в противоположном направлении. Аудитор отбирает первичный документ и проверяет системы учета и контроля, чтобы найти заключительную бухгалтерскую запись операции. С помощью прослеживания аудитор может определить, все ли

операции учтены, и дополнить информацию, полученную в ходе аудита;

- сканирование. С помощью сканирования аудиторы изучают нетипичные статьи и события, отраженные в документации клиента;

- аналитические процедуры. Под аналитическими процедурами подразумеваются анализ и оценка полученной аудитором информации, исследование важнейших финансовых и экономических показателей проверяемого экономического субъекта с целью выявления необычных и неверно отраженных в бухгалтерском учете фактов хозяйственной деятельности, а также выяснения причин таких ошибок и искажений.

Немаловажным считаем отметить, что правильно выбранная методика инициативной аудиторской проверки у индивидуального предпринимателя позволяет организовать качественную проверку при оптимальных затратах и времени на ее проведение. На методику конкретной инициативной аудиторской проверки оказывают влияние квалификация аудитора, опыт работы, степень детализации внутрифирменных стандартов и т.д.

В связи с тем, что в современной литературе отсутствует описание методик инициативного аудита у индивидуальных предпринимателей, а направления проверки у них могут охватывать все разделы учета, нами использован в работе комплексный подход к выбору методики аудита.

Например, аудит денежных средств возможно проводить с учетом рекомендаций А. Д. Шеремета, В. П. Суйца, Л. Р. Смирновой.

Для аудита товарных операций использовать подходы И. Д. Деминой и Т. И. Кришталевой.

Для проверки операций, связанных с налогообложением деятельности индивидуального предпринимателя использовать методику А. А. Савина и т.д.

Итак, роль инициативного аудита для субъектов малого предпринимательства, в том числе индивидуальных предпринимателей, состоит не только в том, чтобы выразить мнение

о достоверности финансовой отчетности и соответствия порядка ведения бухгалтерского учета требованиям действующего законодательства Российской Федерации, но и в том (в большей степени), чтобы представлять интересы собственников во всех хозяйственных и финансовых взаимоотношениях с целью эффективности их функционирования и развития.

Преимущества инициативного аудита очевидны. Инициативный аудит проводится с целью предупредить и избежать дополнительных затрат, так как является наилучшим методом проверки финансового состояния предприятия, в рамках которого:

- аудитор проверяет хозяйственные операции практически сплошным методом, а не выборочно
- аудитор в процессе проверки консультирует по всем вопросам, которые являются проблемными или специфичными для клиента
- собственник, руководитель или главный бухгалтер осуществляют внешний контроль предприятия, получают аудиторское заключение и рекомендации эксперта

Инициативный аудит позволит оценить фактическое состояние бухгалтерского и налогового учета, финансовых и налоговых рисков, что в конечном итоге позволит в целом определить степень надежности бизнеса.

Проведение аудита индивидуального предпринимателя имеет свои существенные особенности, наиболее важные из которых раскрыты в данной статье. При этом, аудит проводится с соблюдением последовательности процедур аудита и использованием широко распространенных способов и приемов.

Библиографический список

1. Российская Федерация. Законы. Федеральный закон. Об аудиторской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 30.12.2008 г. № 307-ФЗ (с изм. от 11.07.2011) // СПС Консультант Плюс : спра-

вочно-правовые системы. – Режим доступа :
<http://www.consultant.ru>.

2. Российская Федерация. Законы. Федеральное правило (стандарт) аудиторской деятельности [Электронный ресурс] : № 1 «Цель и основные принципы аудита финансовой (бухгалтерской) отчетности» : утверждено постановлением Правительства РФ 23.09.2002 г. № 696 (с изм. от 07.10.2004) // СПС Консультант Плюс : справочно-правовые системы. – Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.

3. Российская Федерация. Законы. Федеральное правило (стандарт) аудиторской деятельности [Электронный ресурс] : № 2 «Документирование аудита»: утверждено постановлением Правительства РФ 23.09.2002 г. № 696. (с изм. от 07.10.2004) // СПС Консультант Плюс : справочно-правовые системы. – Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.

4. Российская Федерация. Законы. Федеральное правило (стандарт) аудиторской деятельности [Электронный ресурс] : № 3 «Планирование аудита» : утверждено постановлением Правительства РФ 23 сентября 2002 года № 696. (с изм. от 07.10.2004) // СПС КонсультантПлюс : справочно-правовые системы. – Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.

5. Бабаев, Ю.А. Бухгалтерский учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности: Учебник / Ю. А. Бабаев, М.В. Друцкая и др. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 348 с.

6. Бровкина Н. Д. Аудит: Учебник / Н. В. Парушина, С.П. Суворова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 288 с.

7. Баханькова, Е. Р. Аудит [Электронный ресурс] : Учеб. пособие / Е. Р. Баханькова. - 3-е изд. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2013. - 201 с. Аудит: Учебное пособие / Е.Р. Баханькова. - 3-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2013. - 201 с.

8. Курбанов, А.Х. Аутсорсинг: история, методология, практика: Монография / А.Х. Курбанов, В.А. Плотников. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 112 с.

9. **Савин, А. А.** Аудит [Электронный ресурс] : Учебное пособие / А. А. Савин, И. А. Савин. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 512 с.

10. **Савин, А.А.** Аудит налогообложения: Учебное пособие / А.А. Савин, А.А. Савина. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. - 367 с.

11. **Фролова Т.А.** Аудит и анализ при банкротстве: теория и практика: Монография / М.В. Чернова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 208 с.

© Гомбоев Л. Г., 2014

УДК 347
ББК 67.99(2)3

Л. Г. Гомбоев

***ОБ ОДНОМ ПРИМЕРЕ РЕАЛИЗАЦИИ СОРТИРОВКИ
ХОАРА***

В статье приводятся некоторые замечания к изложению сортировки Хоара в [1] и [2].

Несколько слов о сортировке Хоара (или быстрой сортировке). Она основана на сравнениях и обменах элементов, стоящих на возможно больших расстояниях друг от друга. Автором алгоритма сортировки является Ч. Э. Р. Хоар.

Опишем алгоритм: в заданном массиве выбирается случайным образом какой-то элемент (например, x), просматривается массив слева направо, пока не найдется элемент $a[i] > x$. Затем просматривается массив справа налево, пока не найдется элемент $a[j] < x$. Затем элементы $a[i]$ и $a[j]$ меняются местами. Просмотр массива продолжается до тех пор, пока два просмотра не встретятся где-то в середине массива. В результате массив разделится на два подмассива: левый — из элементов меньших x , а правый — из элементов, превосходящих x . В свою очередь, к подмассивам применяют рекурсивно описанный выше метод разбиения на два подмассива: в левом подмассиве располагаются элементы, меньшие барьера x , в правом же — элементы, большие x (для каждого массива барьер x свой). Процесс продолжается до тех пор, пока каждый подмассив не будет состоять из одного элемента. В результате массив будет отсортирован (в нашем случае в порядке возрастания).

Рассмотрим варианты реализации сортировки Хоара. В [1, стр. 275-276] представлена программа реализации сорти-

ровки Хоара одномерного массива на языке Turbo Pascal. Ее реализация в Компонентном Паскале выглядит так (Исправления и подготовка примеров: (С) Ф.В.Ткачев, 2009, info21 AT inr.ac.ru)

```
MODULE ADruS2_Sorts;
  IMPORT Log := StdLog, In := i21sysIn, Math, ObxRandom;
  TYPE Item = INTEGER;
  PROCEDURE sort ( L, R: INTEGER );
    VAR i, j: INTEGER; w, x: Item;
  BEGIN
    i := L; j := R;
    x := a[(L+R) DIV 2];
    REPEAT
      WHILE a[i] < x DO i := i+1 END;
      WHILE x < a[j] DO j := j-1 END;
      IF i <= j THEN
        w := a[i]; a[i] := a[j]; a[j] := w;
        i := i+1; j := j-1
      END
    UNTIL i > j;
    IF L < j THEN sort(L, j) END;
    IF i < R THEN sort(i, R) END
  END sort;
  PROCEDURE QuickSort*;
    BEGIN sort(0, n-1)
  END QuickSort;

END ADruS2_Sorts.
```

В [2, стр. 98] утверждается, что условие $i \leq j$, управляющее обменом, нельзя заменить на условие $i < j$. Необходимость условия $i \leq j$ иллюстрируется примером при $x=2$:

1. первый проход последовательности $\{1\ 1\ 1\ 2\ 1\ 1\ 1\}$ дает последовательность $\{1\ 1\ 1\ 1\ 1\ 1\ 2\}$ при $i=4$ и $j=5$;

2. второй проход не изменяет массив и заканчивается с $i=6$ и $j=5$.

Далее утверждается, что если бы обмен не подчинялся условию $i \leq j$, то произошел бы ошибочный обмен $a[5]$ и $a[6]$.

Действительно, условие обмена $i \leq j$ нельзя заменить на $i < j$. Но причина в том, что это приводит, в некоторых случаях, к закливанию программы (невозможности завершения цикла). Например, при условии $i < j$, управляющем обменом, на последовательности $\{1\ 1\ 3\ 2\ 1\ 4\ 7\}$ будет наблюдаться закливание программы.

В [1, стр. 276] условие обмена $i \leq j$ ошибочно заменено на $i < j$. Дело в том, что этим авторы пытались избежать лишнего обмена между $a[i]$ и $a[j]$ при совпадении i и j .

Библиографический список

1. **Бабушкина, И. А.** Практикум по Турбо Паскалю: учебное пособие по курсам «Информатика и вычислительная техника», «Основы программирования» / И. А. Бабушкина, Н. А. Бушмелева, С. М. Окулов, С. Ю. Черных. – Москва, АБФ, 1998. - 384 с.

2. **Вирт, Н.** Алгоритмы + структуры данных = программы: пер. с англ. / Н. Вирт. М.: Мир, 1985.

3. **info21 AT inr.ac.ru**

УДК 631.152
ББК 65.9(2)+65.9(2)07

Н. И. Жарова

ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА РУКОВОДИТЕЛЯ

Подъем экономики сельского хозяйства попросту невозможен без создания слоя современно мыслящих руководителей, подготовленных организаторов производства, высокообразованных специалистов. Лишь они способны изменить стратегию в агропромышленном комплексе, лишь они могут на деле, а не на словах реформировать сельскохозяйственные предприятия, сделать их высокорентабельными, способными производить конкурентоспособную продукцию и обеспечивать приемлемый уровень жизни своих работников и членов их семей, сделать жизнь селянина стабильной и предсказуемой.

Умение эффективно руководить, что это, наука или искусство? Однозначного ответа на этот вопрос, наверное, не даст никто. И поэтому анализ возможности путей повышения эффективности работы руководителя, остается на сегодняшний день актуальной задачей.

Целью работы является исследование организации труда руководителей в СПК «Кункур».

Данная цель достигается посредством выполнения следующих задач:

- анализ использования рабочего времени и планирования управленческой деятельности руководителя;
- разработка предложений по рациональной организации труда руководителя;
- определение эффективности использования рабочего времени.

Из анализа литературных источников, выявлено, что наиболее применимым методом изучения затрат рабочего времени для руководителя является фотография рабочего

времени, т.к. она позволяет более детально изучить каждую минуту деятельности руководителя в исследуемый период, и благодаря этому произвести точный анализ эффективности использования рабочего времени.

Фотография рабочего времени выполняется в четыре основных этапа:

- проведение наблюдения;
- обработка данных, полученных в ходе наблюдения;
- анализ результатов наблюдения;
- разработка мероприятий по повышению эффективности использования рабочего времени.

Работа по исследованию рабочего времени руководителя была начата с определения срока наблюдения.

Для дальнейшего анализа эффективности использования рабочего времени руководителя использован его личный план на время исследования (две недели).

В результате двухнедельных наблюдений, было выявлено, что руководитель участвовал в разработке мотивационных схем совместно с бригадирами и специалистами. Необходимо заметить, что были затраты времени, которые на протяжении двух недель оставались неизменными (командировки, составление плана), на взаимодействие с региональными представителями, подготовку отчетов и различных планов затраченное время уменьшилось на 60 минут. Следует отметить, что затраты времени на некоторые виды работ были увеличены (разбор конфликтов с работниками – 60 мин.; прием посетителей по деловым вопросам – 105 мин; деловых телефонных переговорах – 15 мин.; совещание – 30 мин.)

Из анализа хронологических наблюдений выявлено, что в СПК «Кункур», организация управленческой деятельности имеет ряд недостатков:

- достаточно много время (3 часа 40 мин.) тратится нерационально;
- продолжительность рабочего дня колеблется от 10 до 16 часов ;
- руководитель и специалисты в СПК «Кункур» загружены крайне неравномерно, работают в обстановке суматохи, без четкого распределения обязанностей, прав и ответственности.

Таким образом, с учетом всего вышеизложенного, мы приходим к выводу, что современному руководителю необходимо овладеть наукой управления собственным временем, научиться использовать этот невосполнимый уникальный ресурс с наибольшей эффективностью. Чтобы получить лучшие результаты при планировании рабочего времени, руководителю необходимо использовать такое понятие, как «периоды планирования»: день, неделя, месяц, год. Каждый период планирования должен рассматриваться отдельно. В этой связи рекомендуется иметь отдельный план для каждого периода.

Анализ работы и сделанные на их основе выводы позволяют, сделать следующие предложения:

- рекомендовать рационально использовать;
- рекомендовать организацию самоменеджмента;
- проводить планирование работы с учетом срочности, важности задач и подготовки исполнителей, используя в этой работе принципы планирования рабочего времени, метод «Альпы» и принцип «Парето».

В результате внедрения мероприятий общая экономия рабочего времени составит 53 минуты в день. При этом затраты на заработную плату сократятся на 79,41 рублей за день. Следовательно, внедрение предложенных мероприятий по повышению эффективности использования рабочего времени является целесообразным.

В заключении можно отметить, что в результате проведенного хронологического наблюдения рекомендации, предложенные руководителю, положительным образом повлияют на деятельность организации в целом.

© Заборовская И. Г., 2014

УДК 631.1.016
ББК 65.9(2)32+65.9(2)421.8

И. Г. Заборовская

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УНИТАРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ
КАК СУБЪЕКТ ГРАЖДАНСКОГО ПРАВА, ИМЕЮЩИЙ
ПУБЛИЧНО-ПРАВОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ**

*«Публичное и частное право существует
как реальные категории и явления
российской правовой действительности...»*

Специфическая особенность государственного унитарного предприятия как юридического лица, участника гражданского оборота, состоит в том, что оно не является собственником закрепленного за ним имущества.

Основным аргументом в пользу концепции наделения собственностью субъектов предпринимательской деятельности является тезис о невозможности участия несобственников в экономической деятельности. Наиболее определенно и жестко в этом плане высказался Е. А. Суханов, считающий что субъект, наделенный «не очень понятным для традиционных классических подходов вещным правом, правом оперативного управления или правом хозяйственного ведения... для оборота фигура страшная и даже опасная, поскольку здесь в оборот выходит субъект, не имеющий права собственности на свое имущество...»²⁹. «Участниками нормальных рыночных отношений всегда являются собственники,

²⁹ Суханов Е.А. Гражданский кодекс о юридических лицах// ВВАС РФ. 1995. № 6. С. 100–101.

самостоятельно распоряжающиеся своим имуществом»³⁰; наличие «в нашем гражданском обороте «предприятий–несобственников» представляет собой прямое следствие переходного характера этого оборота, сохранение в нем некоторых элементов огосударствленной экономики»³¹. Е.А. Суханова поддержала Л. Лехтинен, считающая, что государственные унитарные предприятия не могут быть участниками гражданского оборота, поскольку не они, а казна отвечает по их долгам. «Если подобные государственные предприятия будут продолжать существовать, это вряд ли позитивно скажется на ведении дел, как во внешней, так и во внутренней торговле, и в других сферах гражданского оборота...»³².

Такая позиция не учитывает, что арбитражная практика иногда исходит из того, что хозяйственное общество (товарищество) не всегда является собственником имущества, переданного ему учредителями. Вклад государственных унитарных предприятий, выступающих учредителями хозяйственного общества или товарищества, не принадлежит на праве собственности обществу (товариществу), оставаясь соответственно в федеральной собственности, собственности субъекта РФ³³.

В науке советского гражданского права была обоснована точка зрения, в соответствии с которой использование юридической личности (с присущей ей признаком имущественной обособленности) является хотя и ведущей, но не единственной формой участия субъекта в гражданском обороте³⁴, в том числе – хозяйственном. Следовательно, совет-

³⁰ Суханов Е. А. Право хозяйственного ведения и оперативного управления // Экономика и жизнь. 1995. № 27. С. 9.

³¹ Суханов Е. А. Юридические лица, государственные и муниципальные образования // Хоз и право. 1995. № 4. С. 8–9.

³² Лехтинен Л. Правовые формы предпринимательства на основе Гражданского кодекса России // Хоз. и право. 1995. № 8. С. 61.

³³ Витрянский В. В. Гражданский кодекс о юридических лицах // ВВАС. 1995. № 5. С. 104.

³⁴ Генкин Д. М. Правовое положение государственного социалистического предприятия // Сов. гос. и право. 1965. № 9. С. 72.

ская цивилистика не всегда связывала наличие у субъекта предпринимательской правосубъектности с имущественной автономией данного лица.

В соответствии с действующим законодательством непосредственными участниками гражданского оборота продолжают оставаться не только юридические лица – собственники имущества, но и экономические агенты–несобственники, государственные унитарные предприятия. Полагаем, что сохранение в имущественном обороте предприятий-несобственников свидетельствует не о переходном характере современной экономики, а о необходимости управления государственной собственностью для реализации его (государства) интересов. До тех пор, пока существует государственная собственность (а она будет всегда, пока существует государство) государство, как собственник значительной массы имущества, будучи не в состоянии непосредственно хозяйствовать с принадлежащим ему объектами, но, не желая расстаться с ними, объективно будет вынуждено сохранять то, что ныне в ГК РФ названо государственными унитарными предприятиями, даже в условиях, когда рынок в нашей стране станет классически завершенным.

Сказанное позволяет сделать два вывода.

1. Использование организационно–правовой формы государственного унитарного предприятия обеспечивает публичный эффект, поскольку опосредует участие государства и его агентов в гражданском обороте.

2. Абсолютная обособленность имущества, возводимая в принцип, от которого зависит гражданско-правовой статус субъекта права, и рассматриваемая как неперемное и единственное условие участия последнего в экономических отношениях, не всегда обязательна; для тех субъектов права, которые являются юридическими лицами, имущественная автономия не всегда должна достигать «крайних» степеней (уровня собственности). Конструкция права хозяйственного ведения вполне позволяет государственному унитарному предприятию быть субъектом гражданского права.

Государственное унитарное предприятие, как субъект права, неразрывно связано с понятием предприятие, которое применяется как к данному субъекту права, так и к объектам гражданского права.

В. А. Дозорцев полагает, что предприятие – производственно-технологическая категория: «Объектная суть предприятия в настоящее время совершенно четко зафиксирована в законе... и признание предприятия субъектом права создает лишь путаницу»³⁵. Это спорная позиция, поскольку в ГК РФ сохранено дуалистическое содержание термина «предприятие», которым обозначают и субъект, и объект гражданского права, и это – российская цивилистическая традиция³⁶, отражающая мировое законодательство и судебную практику³⁷. Нельзя согласиться с авторами³⁸, базирующимися на теории факторов производства (в силу которой предприятие есть место соединения труда и капиталов) и считающими, что ГК РФ отказался от понятия предприятия при характеристике организационно–правовых форм юридических лиц.

Действительно, ст. 132 ГК РФ термином «предприятие» обозначает не субъекта гражданского оборота, а имущественный комплекс как объект гражданских прав, используемый для осуществления хозяйственной деятельности. В этом значении предприятие, как экономический феномен, «будучи... первичной ячейкой производства, включает в свой со-

³⁵ Дозорцев В. А. Принципиальные черты права собственности в Гражданском кодексе // Юридический мир. 1997. № 9. С. 33.

³⁶ О многообразии понятия «государственное предприятие» писал В.С. Якушев - см. : Якушев В. С. Юридическая личность государственного производственного предприятия. Свердловск. 1973. С. 9.

³⁷ Шебанова Н. А. Правовое регулирование деятельности предприятий с участием иностранного капитала // Сов. гос. и право. 1989. № 5.

³⁸ См.: Гонгало Б. М., Плетнев В. А. Предисловие к ГК РФ. Екатеринбург. 1994. С. 6.; Суханов Е. А. Современная кодификация гражданского законодательства в России // Вестн. Московского университета. Серия 11. Право. 1995. № 3. С. 7.; Витрянский В. В. Гражданский кодекс о юридических лицах // ВВАС. 1995. № 5. С. 104.; Асосков А. , Егоров А. Предпринимательская деятельность с участием иностранных лиц // Право и экономика. 1998. № 8. С. 5.

став известную совокупность предметов (здания, сооружения, оборудование, сырье, материалы, инструменты и др.), которые являются вещественными факторами производства в их натуральной форме»³⁹. Однако нельзя не видеть и персонализации предприятия в ГК, в котором термин «предприятие» также используется в главе, названной «Юридические лица», где унитарным предприятиям посвящен самостоятельный параграф. Давая определение унитарного предприятия, Кодекс прямо указывает, что это – организация, а не имущественный комплекс (ст.113 ГК РФ). Употребление термина «предприятие» в параграфе ГК РФ, закрепляющем правовой статус государственных унитарных предприятий, одним из авторов проекта ГК РФ объясняется тем, что другого подходящего слова разработчики попросту не нашли⁴⁰.

Согласимся с А. В. Брызгалиным, утверждающим, что «предприятие» является юридической категорией, обозначающей субъекта гражданских прав только в том случае, когда в гражданском законе определена его организационно-правовая форма, признаки которой впоследствии могут быть идентифицированы со своей нормативной моделью в учредительных документах данной организации⁴¹.

Таким образом, в цивилистике признана двойственная юридическая природа предприятия: «предприятие – это сумма вещей, прав или фактических отношений..., которые через посредство субъекта прав предпринимателя связаны в организационное единство»⁴². Поэтому термин «предприятие»

³⁹ Якушев В. С. Юридическая личность государственного производственного предприятия. Свердловск. 1973. С. 5.

⁴⁰ Витрянский В. В. Указ. Статья. С. 105. Убедительная критика позиции В. В. Витрянского, а также логико-лингвистический анализ ст. 132 ГК РФ предприняты А. Е. Черноморцем – см. : Черноморец А. Е. Некоторые теоретические проблемы права собственности в свете ГК РФ (Часть первая) // Гос. и право. 1995. С. 97–98.

⁴¹ Брызгалин А. В. Понятие и сущность субъекта предпринимательской деятельности как участника гражданско-правовых отношений // Правоведение. 1994. № 1. С. 74.

⁴² Эннекцерус Л. Курс германского гражданского права. М., 1957. Т. 1. С. 67; Белых В. С. Теория хозяйственного права в условиях становле-

используется в новейшем гражданском праве применительно как к субъектам, так и к объектам права.

Говоря о государственном унитарном предприятии как субъекте гражданского права, нельзя не сказать, что идеология ФЗ РФ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях», вернее его юридическая конструкция, определяет, по существу, государственное унитарное предприятие как юридическое лицо с публично–правовыми элементами, о чем свидетельствует порядок и основания образования, реорганизации, ликвидации унитарных предприятий, правовое положение руководителя, собственника имущества и др. Во всех положениях Закона прослеживается зависимость, подотчетность, подконтрольность юридического лица в отношении его учредителя - публичного образования. Деление права на публичное и частное существует во всех правовых системах. Однако в одних странах указанный дуализм формально закреплен в законодательных актах, а в других (например, в России) – нет.

По нашему мнению, начало правового регулирования государственного унитарного предприятия посредством вышеуказанного закона в России обусловило необходимость ясного определения данного субъекта гражданского права с позиций публичного права.

Спорным до сих пор остается вопрос о критериях принадлежности той или иной отрасли (института) права, в частности гражданского, к публичному праву.

Для осмысления того, что государственное унитарное предприятие является юридическим лицом с публично–правовыми элементами, на наш взгляд, необходимо определить понятие публичного юридического лица, а также суть его юридической конструкции. В свою очередь, это требует

ния и развития рыночных отношений в России // Государство и право. 1995. № 11. С. 53.

определения понятий «публичное право» и «публично-правовой метод»⁴³.

Над проблемой публично-правового регулирования гражданско-правовых отношений работали следующие ученые: С. И. Аскназий⁴⁴, А. В. Венедиктов⁴⁵, О. С. Иоффе⁴⁶, Д. М. Генкин⁴⁷, Р.О. Халфина⁴⁸, С. И. Вильнянский⁴⁹, А. В. Дозорцев⁵⁰, В. А. Бублик⁵¹, В. С. Белых⁵², Ю. А. Тихомиров⁵³ и др.

Проблема определения права своими корнями связана с дифференциацией методов права. Теоретические и практические соображения издавна диктовали необходимость поисков системы права, классификации норм по их характерным чертам с учетом внутреннего различия в нормах права.

⁴³ Тихомиров Ю. А. Публичное право: падения и взлеты // Государство и право. 1996. № 1. С. 4.

⁴⁴ Аскназий С. И. Очерки хозяйственного права СССР. М.: Прибой, 1926. С. 17–18.

⁴⁵ Венедиктов А. В. О системе Гражданского кодекса СССР // Советское государство и право. 1954. № 2. С. 31–32.

⁴⁶ Иоффе О. С. Советское гражданское право (курс лекций). Общая часть. М.: Изд. ЛГУ, 1958. С. 11.

⁴⁷ Генкин Д. М. Предмет советского гражданского права // Советское государство и право. 1955. № 1. С. 105.

⁴⁸ Халфина Р. О. О предмете советского гражданского права // Советское государство и право. 1954 № 8. С. 83.

⁴⁹ Вильнянский С. И. К вопросу о системе советского права // Советское государство и право. 1957. № 7. С. 107.

⁵⁰ Дозорцев А. В. О предмете советского гражданского права // Советское государство и право. 1954. № 7. С. 105.

⁵¹ Бублик В. А. Публично и частноправовые начала в гражданско-правовом регулировании внешнеэкономической деятельности. Диссертация на соискание ученой степени доктора юридических наук. Екатеринбург. 2000. С. 19 и далее.

⁵² Белых В.С. Теория хозяйственного права в условиях становления и развития рыночных отношений в России // Государство и право. 1995. № 11. С. 53.

⁵³ Тихомиров Ю. А. Публичное право: падение и взлеты // Государство и право. 1996. № 1. С. 6.

Поиски общего и особенного в нормах права привели исследователей разных эпох к выводу о существовании, по крайней мере, двух основных составных частей права – права публичного и права частного. Такое деление обнаруживалось во всех развитых досоциалистических системах права (впервые разделение права на публичное и частное было проведено римскими юристами). Рассмотрим основные теории разделения публичного и частного права.

Основу деления многие ученые видят в содержании защищаемых отношений, охраняемых публичным и частным правом интересов. Концепция дифференциации права на публичное и частное по так называемому «материальному моменту», т. е. по охраняемым интересам, подвергалась критике по разным основаниям, в частности, по тем соображениям, что не всегда можно провести определенную грань между публичными и частными интересами и что эта концепция не в полной мере соответствует фактически существовавшим системам права, например в случае защиты личных неимущественных благ⁵⁴, что, полагаем, является справедливым; так, публичный и частный интерес в данном случае неразрывно связан между собой.

Другая концепция деления права на публичное и частное основана на различиях между составными частями права по так называемому «формальному моменту», признаком которого является самозащита интересов и независимость от волеизъявления третьих лиц. Именно это определяет частное право, а когда интересы защищаются государством (его уполномоченными органами) – публичное право. Эта теория получила свое основное развитие в работах И. А. Муромцева⁵⁵. Представляется, что, с позиции этой концепции, государственное унитарное предприятие регулируется публичным правом, поскольку само его учреждение – это волеизъявление Правительства РФ, федерального органа исполни-

⁵⁴ Лаптев В. В. Предмет и система хозяйственного права. М.: Юридическая литература, 1969. С. 62–71.

⁵⁵ Шершеневич Г. Ф. Общая теория права. Вып. 3. М., 1912. С. 536–538.

тельной власти, органа государственной власти субъекта РФ (п.2 ст. 8 Закона) и создается оно только для социальных, экономических, оборонных и др. особенно значимых для государства целей (п.4 ст. 8 Закона), т. е. для реализации публичных интересов. Устав – единственный учредительный документ (п.1. ст. 9 Закона), определяющий правоспособность предприятия, также утверждается соответствующими государственными органами – учредителями.

Основателем следующей концепции (так называемая теория метода) о различии публичного и частного права явился немецкий ученый А. Тон.⁵⁶ Развитием данной теории занимался известный русский юрист Покровский И. А, который считал, что «... в сфере действия частного права имеется большое количество восполнительных норм, открывающих для участников правоотношений простор для автономии, самостоятельного устройства своих отношений с другими лицами и преобладания в публичном праве норм принудительного характера»⁵⁷. В соответствии с этим государственное унитарное предприятие также относится к сфере действия публичного права, т. к. правоотношения между учредителем – органом государственной власти, и предприятием носят «вертикальный» характер. Указания собственника имущества (учредителя) для юридического лица являются обязательными для исполнения во всех случаях, а поэтому равенства сторон здесь нет. В частности, ст. 20 Закона устанавливает императивные права собственника имущества государственного унитарного предприятия – это финансово-хозяйственная деятельность; утверждение бухгалтерской отчетности и отчетов; контроль за использованием и сохранностью имущества; принятие решения о проведении аудиторских проверок; формирование уставного фонда; назначение на должность руководителя; требование согласия собственника при приеме на

⁵⁶ Thoh A. Rechtsnorm und Subjectives Rechts. 1840. SHO-111.

⁵⁷ Покровский И. А. Основные проблемы гражданского права. Петроград, 1917. С. 117–119.

работу главного бухгалтера, принятие собственником решения о реорганизации и ликвидации предприятия.

Таким образом, нормы Закона воплощают императивный метод регулирования общественных отношений, в которых участвует государственное унитарное предприятие, и выражают прием юридической централизации, которая является сущностью публичного права⁵⁸. По этому признаку государственное унитарное предприятие является публичным юридическим лицом.

Вопрос методов правового регулирования неразрывно связан с вопросами самого права. Так, Г.Ф. Шершеневич отмечал в связи с этим: «Если право составляет вообще средство к достижению известной социальной цели, то способ пользования таким средством есть вопрос первостепенной важности»⁵⁹. Таким образом, в рамках вопроса о частном и публичном праве, в процессе его решения возникает другая проблема – проблема существования различных правовых форм и способов воздействия на поведение субъекта правоотношения, т. е. проблема правовых методов регулирования отношений. Непосредственная связь проблемы публично-правового метода с вопросом отнесения государственного унитарного предприятия к юридическому лицу с публично – правовыми элементами отчетливо прослеживается из положения о разделении права, а как следствие, о принадлежности субъекта к публичному праву. Разграничение должно проводиться в зависимости от способа построения и регулирования юридических отношений, присущего системе частного и публичного права.

Частноправовое отношение построено на началах координации поведения своих субъектов, частное право представляет собой систему децентрализованного регулирования жизненных отношений.

«Публично-правовое отношение построено на началах субординации субъектов, публичное право представляет со-

⁵⁸ Покровский И. А. Указ. соч. С. 120.

⁵⁹ Шершеневич Г. Ф. Общая теория права. Вып. 3. М., 1912. С. 532.

бой систему централизованного регулирования жизненных отношений»⁶⁰. В последние годы ряд западных ученых предлагает использовать как критерий для определения публично–правовых отношений их субъектный состав. Так, П. Вуарен подчеркивает, что «публичное право регулирует отношения индивида с государством... Частное право определяет отношения индивидов между собой»⁶¹. Анализируя ФЗ РФ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях», мы можем увидеть следующее: регулирование правоотношений между государством (его органами) и государственными предприятиями, четкая централизация в управлении деятельностью государственного унитарного предприятия со стороны собственника имущества, всякое юридически значимое действие должно быть согласовано с ним или осуществляться непосредственно на основании его решения. Например, ст. 14 Закона «решение об увеличении уставного фонда государственного (муниципального) предприятия принимается собственником его имущества ...»; п. 2 ст. 24 Закона «унитарное предприятие вправе осуществлять заимствования⁶² только по согласованию с собственником имущества...». Ст. 27 Закона устанавливает публичную отчетность о своей деятельности через средства массовой информации, правда, не указывает, через какие именно средства

⁶⁰ Черепяхин Б. Б. К вопросу о частном и публичном праве. Сборник трудов профессоров и преподавателей Иркутского государственного университета. Иркутск. 1926. С. 281.

⁶¹ Uuirin P. Manuel de droit civil. Paris, 1958. P. 1.

⁶² Заимствования могут осуществляться в следующих формах: кредитов по договорам с кредитными организациями, бюджетных кредитов, предоставляемых на условиях и в пределах лимитов, которые предусмотрены бюджетным законодательством РФ, а что особенно интересно, путем размещения облигаций или выдачи векселей. Положение Закона о выпуске ценных бумаг, на наш взгляд, соответствует требованиям рыночной экономики и дает возможность предприятиям быть платежеспособными. Кроме того, теперь государственные унитарные предприятия могут быть субъектами рынка ценных бумаг и осуществлять профессиональную деятельность на этом рынке, но в свою очередь это вызовет дополнительные вопросы на практике, т.к. в Законе ничего не говорится о профессиональной деятельности по ценным бумагам.

массовой информации, что может усложнить возможность ознакомления с отчетностью. Из вышеизложенного мы видим централизованную систему управления и субординацию субъектов, а значит, деятельность государственного унитарного предприятия регулируется публично-правовым методом.

Говоря о властно-организующем характере управленческой природы государственного предприятия, необходимо коснуться вопроса разграничения административно-правового метода и публично-правового. Вопрос разграничения этих методов возник из следующего: в юридической литературе хозяйственные отношения государственного предприятия и собственника имущества нередко трактуются как управленческие и на этом основании их квалифицируют только как административно-правовые. По нашему мнению, такая категоричная точка зрения ошибочна. Складывающиеся правоотношения между публичным собственником и государственным унитарным предприятием являются, в том числе и административно – правовыми, поскольку носят властный характер. Однако это сходство не отражает весь действительный характер рассматриваемого вида правовых связей. Как точно определил В. С. Якушев: «Основное в характеристике хозяйственных отношений государственных предприятий заключается в следующем: какими бы ни были эти отношения – субординационными или координационными, они складываются в сфере непосредственного производства, а также в сфере соединения рабочей силы со средствами производства и обслуживают совместный процесс труда. Их назначением и содержанием является организация людского фактора производства (а через него и организация средств производства), подчинение участников труда единой управляющей воле»⁶³. Властные полномочия публичного собственника по организации производства объективно проистекают из потребностей самого предприятия и являются элементом самого производственного процесса и осуществляются самим предприятием. Поэтому в рамках государственных предприятий существуют управленческие организационно-

⁶³ Якушев В. С. Вопросы совершенствования хозяйственного законодательства. (Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 68) Свердловск. 1972. С. 24.

экономические отношения, которые регулируются не только административным, но и гражданско-правовым методом, которые, по мнению автора работы, в совокупности образуют публично-правовой метод регулирования⁶⁴.

Рассматривая государственное унитарное предприятие в ракурсе субъекта права, необходимо определить мотивацию участия данного субъекта в гражданском обороте. Из сути определения, даваемого ГК РФ и анализа ФЗ РФ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях», государственное унитарное предприятие является носителем публичного интереса.

Категория «интерес» – одна из достаточно разработанных в философской, психологической, социологической, экономической и правовых науках⁶⁵. Применительно к гражданско-правовой интерпретации интереса обобщающее значение имеет работа С. В. Михайлова⁶⁶. Не задаваясь целью специального анализа данного феномена с общетеоретических философско-социологических позиций, присоединимся к мнению В. П. Грибанова, определившего интерес как «потребность, принявшую форму сознательного побуждения и проявляющуюся в виде желаний, намерений, стремлений, а в

⁶⁴ В этой связи нельзя не упомянуть высказывание Братуся С. Н. о необходимости различать указания государства, как централизованную деятельность и самостоятельное формирование предприятием своей хозяйственной деятельности (см. // Правоведение. 1977. № 2. С. 149). В первом случае складываются административно – правовые отношения, во втором – организационно-экономические отношения. Вывод, который хотя и не сделан, но вытекает из высказывания, заключается в том, что те и другие правоотношения должны регулироваться каким-то единым методом (т. к. субъекты правоотношения одни и те же).

⁶⁵ См.: например; Плеханов Г. В. Избранные философские произведения. М., 1956. Т. 1. С. 649.; Яковлев В. Ф. О взаимодействии публичного и частного права. С. 4.; Первалов В. Д. Публичные и частные начала в правовой системе общества. С. 41.; Тихомиров В. А. Публичное право: падения и взлеты. С. 6.; Илларионова Т. И. Механизм действия гражданско-правовых охранительных мер. Томск. 1982. С. 19 и др.

⁶⁶ Михайлов С. В. Интерес как общенаучная категория и ее отражение в науке гражданского права // Гос. и право. 1999. № 7. С. 86.

конце концов – в тех отношениях, в которые вступают лица в процессе своей деятельности».

По обоснованному мнению В. А. Бублика: «Законодатель, конструируя одну из важнейших гражданско-правовых норм – принципов, детализирует адресатов соответствующего правила и не использует общую формулировку «субъекты гражданского права действуют в своем интересе», исключив государство из лиц, на которых распространяется действие нормы, содержащейся в п. 2 ст.1 ГК РФ. Отсюда следуют два вывода: во-первых, в п. 2 ст. 1 ГК РФ сформулированы общие методологические подходы к определению через своего носителя понятия «частный интерес»: обладателями частных интересов являются только граждане и юридические лица.

Во-вторых, Российское государство и его федеративные образования, а также органы государственной власти федерального и субфедерального уровней не могут иметь частного интереса своего участия в гражданско-правовых отношениях, обладающих частной природой. Их вступление в общественные отношения, регулируемые гражданским правом, продиктовано общественными потребностями и направлено на удовлетворение публичного интереса (в том числе в обеспечении частных интересов других субъектов)»⁶⁷.

Таким образом, если частные интересы – это внутренние побудительные мотивы участия граждан и юридических лиц в гражданских правоотношениях, то интерес публичный «есть официально признанный государством и обеспеченный правом интерес социальной общности, удовлетворение которого служит приоритетным условием и гарантией ее существования и развития»⁶⁸. Данное определение – методологическая база для определения признаков публичного интереса.

По справедливому мнению В. А. Бублика, публичный интерес имеет высшую юридическую (конституционную) форму своего учреждения и законодательные способы раз-

⁶⁷ Бублик В. А. Публично и частноправовые начала в гражданско-правовом регулировании внешнеэкономической деятельности. Дисс. на соискание ученой степени доктора юридических наук. Екатеринбург. 2000. С. 38–39.

⁶⁸ Тихомиров Ю. А. Публичное право: падения и взлеты // Гос. и право. 1996. № 1. С. 6.

решения. Он всеобщ и абсолютен. Абсолютность публичного интереса проявляется двояко. Во-первых, это обязательность соблюдения всеми субъектами, обеспечиваемая официальной принудительностью учета публичных интересов в действиях частных субъектов. Во-вторых, публичный интерес односторонен: обладатель такого интереса имеет право требовать уважения интереса от всякого и каждого, и данной обязанности не корреспондируется какое-либо право лица обязанного.

Общетеоретическое определение понятия «публичный интерес» нуждается в корректировке, если мы хотим спроецировать его на конкретную отрасль права. Применительно к гражданскому праву публичными (или т. н. безгласными) интересами необходимо признавать мотивы, побуждающие государство и (или) его органы:

а) выступая в качестве носителя публичной власти, организовывать, регулировать (в том числе при помощи правовых норм) и обеспечивать социальные связи, являющиеся предметом гражданского права;

б) принять участие в качестве субъекта права в гражданско-правовых отношениях⁶⁹.

Итак, государственное унитарное предприятие является субъектом гражданского права, посредством, которого государство реализует свой публичный интерес.

Возвращаясь к вопросу государственного унитарного предприятия как субъекта гражданских правоотношений, имеющего публично правовые элементы, и для того, чтобы дать определение государственному унитарному предприятию как такого вида юридическому лицу, необходимо определить само понятие публичного юридического лица. «Публичное юридическое лицо – это коммерческая или некоммерческая организация, целью создания которой является реализация публичных интересов. Организация наделена в силу закона специальной правоспособностью. Организация учреждается, реорганизуется, ликвидируется по решению публичного образования – Российской Федерации, субъекта Российской Федерации, муниципального образования. Имущество публичного юридического лица принадлежит на праве собственности публичному образованию, которое передает

⁶⁹ Бублик В. А. См. там же. С.44–45.

его в хозяйственное ведение или оперативное управление публичному юридическому лицу. Данное юридическое лицо в своей деятельности полностью подотчетно учредителю».

Учитывая вышеизложенное, понятие государственного унитарного предприятия могло бы иметь следующее определение: «Государственное унитарное предприятие – это коммерческая организация, созданная для реализации публичных интересов, наделенная правом хозяйственного ведения на закрепленное за ним имущество. Учредителем и собственником имущества является Российская Федерация или субъект Российской Федерации».

=====

© Калинин А. Г., 2014

УДК 663.764
ББК 65.9(2)421.51

А. Г. Калинин

**ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ
ИССЛЕДОВАНИЕ МАГНИТНОЙ ВОСПРИИМЧИВОСТИ
КРИСТАЛЛОВ ТЕЛЛУРИДА СУРЬМЫ,
ЛЕГИРОВАННЫХ СЕЛЕНОМ**

Приведено описание результатов экспериментальных исследований магнитной восприимчивости кристаллов теллурида сурьмы, легированных селеном, выполненных по методу Фарадея на установке с маятниковыми весами, конструкции Доменикали.

Полупроводниковые материалы на основе теллурида сурьмы в настоящее время довольно эффективно используются для производства термоэлектрогенераторов и термоэлектрохолодильников различного назначения. Поиск путей увеличения термоэлектрической эффективности, кроме фундаментального научного, имеет и прикладное значение. В последние годы для решения ряда практических задач возникла необходимость исследования материалов, обладающих высокой термоэлектрической эффективностью. Оптимальные величины параметров достигаются введением различных легирующих примесей, таких, например, как селен, вещества, сходного по химическим свойствам и сопутствующим теллуру в природе. При этом необходимо получить фундаментальные физические свойства материала, такие как концентрация

носителей тока, их подвижность, анизотропия проводимости и анизотропия поверхности Ферми, и так далее, в частности, интерес представляет магнитная восприимчивость (χ).

Для измерения магнитной восприимчивости теллурида сурьмы, легированного селеном, был использован метод Фарадея, основанный на измерении силы, действующей на образец, находящийся в неоднородном магнитном поле. При этом градиент магнитного поля не определяется, а измерения магнитного момента ведутся относительным способом: путем сравнения образца с эталонным веществом. Градуировка установки проводилась по соли Мора. Для реализации метода Фарадея в используемой установке применяются маятниковые весы, конструкция которых предложена Доменикали [1]. Описание методики измерения магнитной восприимчивости термоэлектрических материалов приведено в работе [2].

В неоднородном магнитном поле на тело с магнитным моментом действует сила, направленная вдоль поля и равная произведению магнитного момента образца на величину градиента поля

$$F_{\text{обр}} = M_{\text{обр}} \left(\frac{\partial H}{\partial X} \right)_{\text{обр}}, \quad (1)$$

где ось OX совпадает с направлением H . Если образец жестко скреплен с катушкой, через которую пропускается ток I_K , создающий магнитный момент противоположный магнитному моменту образца, то можно подобрать величину этого тока таким образом, чтобы скомпенсировать силу, действующую на образец. Таким образом, маятниковые весы вернутся в положение равновесия, если сила F_K , действующая на катушку,

$$F_K = I_K NS \left(\frac{\partial H}{\partial X} \right)_K \quad (2)$$

равна по величине и противоположна по направлению силе, действующей на образец $F_{обр}$: $F_K = -F_{обр}$, где I_K - ток через катушку, N - число витков в катушке, S - площадь сечения витка катушки.

Тогда

$$M_{обр} = \frac{I_K NS \left(\frac{\partial H}{\partial X} \right)_K}{\left(\frac{\partial H}{\partial X} \right)_{обр}} = K NS I_K$$

Если градиенты $\left(\frac{\partial H}{\partial X} \right)_{обр}$ и $\left(\frac{\partial H}{\partial X} \right)_K$ не зависят от поля, то определяя зависимость $I_K(H)$, можно найти зависимость $M_{обр}(H)$, а следовательно, и $\sigma_{обр}(H)$, т.к. $M_{обр} = m\sigma_{обр}$, где m - масса образца. Коэффициент пропорциональности KNS определяется из градуировки по эталонному образцу. При градуировке снимается зависимость тока компенсации от поля $i_K(H)$ для эталона. Перед измерением намагниченности образца необходимо учесть поправку, возникающую от намагниченности пустой катушки с каркасом и контейнера для крепления образца. Для этого сначала снимается зависимость $i_0(H)$ без образца при данной температуре. Таким образом, намагниченность образца определяется по формуле

$$\sigma_{обр} = \frac{(i_K - i_0)KNS}{m}$$

Описанная выше методика измерения магнитной восприимчивости термоэлектрических материалов используется в температурном интервале 80-400К. Относительная погрешность весового метода для маятника с внутренней компенсацией при измерениях магнитной восприимчивости диамагнитных образцов составляет 3-4 %.



Рис. 1. Экспериментальная установка для исследования магнитной восприимчивости по методу Доменикали.



Рис. 2. Маятник с контейнером для размещения образцов.

Описанная методика изучения магнитных свойств вещества использовалась для исследования магнитной восприимчивости легированных кристаллов теллурида сурьмы.

Магнитная восприимчивость χ кристаллов теллурида сурьмы определялась при комнатной температуре в двух конфигурациях, при ориентации вектора напряженности магнитного поля H параллельно (χ_{\parallel}) и перпендикулярно (χ_{\perp}) плоскости скола кристалла, $H \perp C_3$ и $H \parallel C_3$ соответственно.

Полученные результаты исследования магнитной восприимчивости χ_{\parallel} и χ_{\perp} теллурида сурьмы, легированного селеном, приведены в таблице.

Результаты исследования магнитной восприимчивости χ_{\parallel} и χ_{\perp} теллурида сурьмы, легированного селеном

Образец	$\chi_{\parallel} * 10^6$, (см ³ /Г)	$\chi_{\perp} * 10^6$, (см ³ /Г)
Sb ₂ Te _{2,99} Se _{0,01}	0,421430130599	0,345212002039
Sb ₂ Te _{2,95} Se _{0,05}	0,514145711944	0,426525046963
Sb ₂ Te _{2,98} Se _{0,05}	0,457171986230	0,395058762076
Sb ₂ Te _{2,9} Se _{0,1}	0,414144599956	0,315963768070
Sb ₂ Te _{2,5} Se _{0,5}	0,544364267860	0,310588201908

Графическое представление полученной зависимости представлено на рисунке 3.

Приведённые результаты экспериментального исследования позволяют предположить о возможном влиянии примесей селена на магнитную восприимчивость кристаллов теллурида сурьмы. При этом наблюдается явно выраженная анизотропия. Интересным, обнаруженным в ходе исследования фактом, является наблюдаемая инверсия анизотропии, по сравнению с анизотропией кристаллов Bi₂Te₃–Sb₂Te₃, описанной в работах [2, 3, 4]

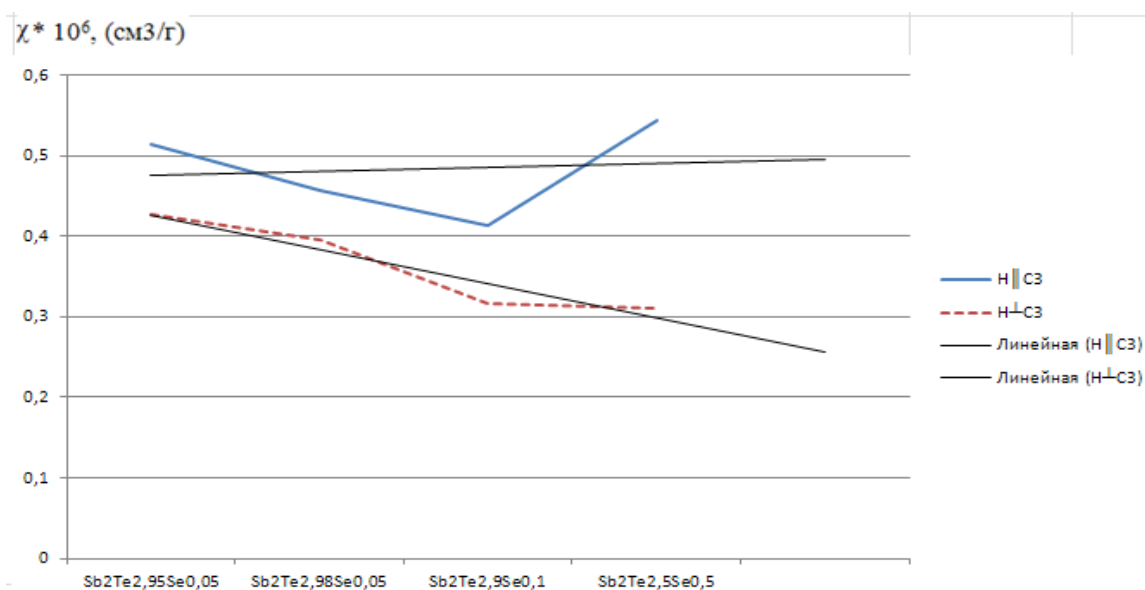


Рис. 3. Величина магнитной восприимчивости теллурида сурьмы, в зависимости от содержания селена в кристалле

Библиографический список

1. Чечерников В. И. Магнитные измерения. М., МГУ, 1969, 387 с.
2. Степанов Н. П., Гильфанов А. К., Потапов Г. А. Магнитная восприимчивость легированных кристаллов теллурида висмута // Фундаментальные исследования. – 2007. – № 12 – стр. 376-377
3. Степанов Н. П., Наливкин В. Ю. Анизотропия магнитной восприимчивости твёрдых растворов $(\text{Bi}_{2-x}\text{Sbx})\text{Te}_3$ (0 // Учёные записки ЗабГУ. Серия: Физика, математика, техника, технология . 2012. №3. С.112-117.
4. Степанов Н. П., Наливкин В. Ю., Комаров В. А., Калашников А. А. Зависимость магнитной восприимчивости кристаллов $\text{Bi}_2\text{Te}_3\text{-Sb}_2\text{Te}_3$ от состава и температуры // Известия РГПУ им. А.И. Герцена . 2014. №165. С.19-23.

УДК 337
ББК 74.58

Т. Н. Кузнецова

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ОБРАЗОВАНИИ

Предпринимательство в секторе образования рассматривается как совокупность способностей менеджеров высшего уровня государственных и негосударственных учебных заведений (ректоров, проректоров, деканов, заведующих кафедрами) создавать образовательный товар, который является конкурентоспособным не только на внутреннем рынке, но и, в связи с включением высшей школы России в Болонский процесс, на международном образовательном рынке. Образовательный товар включает образовательные продукты, выбранные

предпринимателями по особым критериям оценки их качества на рынке производителей образовательных продуктов. Для осуществления маркетинга необходимо обозначить рынок производителей образовательных продуктов и определить критерии отбора. Образовательный продукт (учебные программы, методические разработки, учебно-методические комплексы, интеллектуальные и другие возможности профессорско-преподавательского состава) рассматривается как составная часть образовательного товара.

Ключевые слова: рынок услуг, образовательная услуга, предпринимательство в образовании.

Образовательный товар формируется предпринимателем для предъявления его на рынок образовательных услуг в качестве критерия оценки конкурентоспособности вуза. В момент потребления образовательный товар переходит в форму образовательного продукта и воспринимается индиви-

дом как совокупность отдельных образовательных компонентов, с помощью которых формируется общий уровень знаний по изучаемым дисциплинам. На рынке образовательных услуг индивид определяется с направлением вуза (медицинский, технический, металлургический, сельскохозяйственный и др.), его видом (университет, академия, институт), стоимостью обучения; в случае, если структура рынка содержит несколько вузов, отвечающих вышеперечисленным критериям, индивид попадает на рынок образовательных товаров. Если стоимость обучения для индивида не имеет значения, образовательный товар является одним из основных критериев в выборе учебного заведения. Содержание или качество образовательного товара можно оценить только после окончания вуза и получения диплома. В процессе конкуренции на рынке труда выпускники вуза проявляют свой интеллектуальный потенциал как образовательный товар в преобразованной форме. Стоимость образовательного товара зависит от двух его составляющих: материально-вещественной и интеллектуальной, качество которых отражается на уровне образовательной услуги. Каждая из частей формируется отдельно, однако при создании интеллектуальной части образовательного товара учитываются умения и навыки работы производителей образовательных продуктов с оборудованием, научно-исследовательскими приборами, компьютерами, которые составляют материально-вещественную часть. Качество и современность материально-вещественной составляющей и уровень интеллектуальной части образовательного товара должны находиться в определенной пропорции (соответствовать друг другу), иначе произойдет снижение эффективности от инвестиционных вложений в формирование одной из частей ввиду их диспропорциональности.

Для создания качественного образовательного товара необходимо проводить одновременные маркетинговые исследования рынков производителей материально-вещественной и интеллектуальной составляющих, которые отличаются методами анализа. Цена образовательного товара

зависит от затрат, произведенных предпринимателем на формирование каждой из частей. Современные методы ведения маркетинга на данных рынках позволяют создавать более совершенный комплекс научно-исследовательской и материально-технической базы в вузе и предоставлять более качественную услугу потребителям, что в дальнейшем отразится на уровне специалистов, выпущенных данным учебным заведением. Образовательный товар обновляется предпринимателем постоянно, поэтому процесс формирования образовательного товара является непрерывным и зависит от потребностей рынка труда и уровня первоначальной подготовки потребителей.

Состояние материально-вещественной части образовательного товара влияет на развитие всех секторов экономики, где планируется применение и использование знаний, полученных в данном учебном заведении. Таким образом, для создания нового знания необходимо формировать ее совершенную материально-вещественную часть образовательного товара, которая способствовала бы выработке новых подходов к изучению процессов развития нового знания, нахождению более эффективных путей его использования в процессе создания современного продукта. Рынок образовательных услуг – это совокупность образовательных учреждений различных форм собственности, направлений, видов, которая формируется в соответствии со стратегией развития территории (страны) и предоставляет потребителям образовательную услугу на договорных условиях согласно спросу и предложению для постановки и решения государственных задач, обслуживания секторов экономики, развития научно-исследовательской сферы и обеспечения безопасности государства.

Субъектами рынка образовательных услуг являются заказчики, в лице которых выступают государство, реальный сектор экономики, индивиды и другие потребители, оплачивающие услуги образования. Объектами служат учебные заведения, которые под воздействием рыночных отношений

совершенствуются, отвечая интересам субъектов рынка образовательных услуг, а также международным требованиям рынка труда. Объединение рынков образовательных услуг возможно в случае формирования единого образовательного пространства.

Реконструкция российского рынка образовательных услуг в результате включения в Болонский процесс ставит перед предпринимателями и руководителями в секторе образования задачи по разработке новых методов ведения бизнеса в условиях формирования образовательного товара, отвечающего требованиям международных стандартов качества. Современный производитель образовательного товара является новатором, от способностей которого зависит потребность рынка труда в специалистах каждой из сформированных ступеней образования (бакалаврах, специалистах, магистрах).

Задачей производителя является не только адаптация международных образовательных стандартов и опыта ведения бизнеса, но и достижение высокой оценки образовательного уровня выпускников вуза со стороны заинтересованных субъектов для обслуживания всех секторов экономики в стране. Включение в Болонский процесс означает расширение образовательного рынка и рынка труда с целью повышения их мобильности, что согласуется с интересами российской экономики.

Товарооборот (движение товара). Происходит через торговую сеть, при этом если в качестве товара выступает образовательный товар, то такая сеть состоит из учебных заведений, сформированных на федеральном, региональном или муниципальном уровнях. Сеть рынка образовательных услуг – распределение учебных заведений по уровням образования (горизонтальная ось) и видам учебных заведений (вертикальная ось), их взаимодействие и связь для реализации совместных целей в обеспечении кадрами, уровень подготовки которых зависит от сетевой направленности рынка. Сетевая направленность рынка формируется согласно стратегическим задачам, разработанным государством для стабиль-

ного экономического роста. Механизм создания сети рынка образовательных услуг для каждого учебного заведения включает детальное исследование образовательной среды и выявление образовательных структур с элементами управления, обучения, стоимости, наиболее отвечающими современным требованиям развития образования. Сеть рынка образовательных услуг представляет особую совокупность образовательных учреждений, взаимодействующих между собой; она создана для реализации основных задач в области образования с целью рационального использования человеческого ресурса и отражает интересы всех ее участников.

Маркетинг образовательного товара включает изучение сети рынка образовательных услуг и условий взаимодействия учебных заведений с целью выбора наиболее оптимального варианта улучшения образовательного товара, а также анализ затрат на приобретение данных образовательных продуктов и спроса потребителей. Интенсивность смены образовательного товара зависит от циклических периодов, отражающих изменения в секторах экономики, для обслуживания которой требуются специалисты с новым знанием. Основным фактором принятия решений об инвестиционных вложениях в разработку нового образовательного товара является государственная политика в секторе образования, которая задает темп и направления в развитии образовательных товаров для производителей.

Включение России в Болонский процесс не только делает российский диплом высшей школы «конвертируемым» в рамках сформированного единого европейского образовательного пространства, но и открывает доступ к предпринимательству в секторе образования на территории России. Регулирование международной деятельности в секторе образования, а именно определение количества международных филиалов, их направленности и стоимости предоставляемой услуги, должно отражать интересы отечественных предпринимателей в области образования и вместе с тем предоставлять возможность выбора для российских потребителей и потребителей из стран – участников Болонского процесса, не

ограничивая их индивидуализм и свободу. Формирование структуры нового образовательного рынка и открытие федеральных университетов укрепят государственный образовательный сектор и позволят с помощью финансирования поддерживать его конкурентоспособность на рынке. Рынок образовательных услуг сформирован с учетом интересов потребителей. На рынке учебные заведения конкурируют по качеству предоставляемой услуги, цене, уровню развития образовательной и предпринимательской среды.

В Московском городском психолого-педагогическом университете стартует магистерская программа, ориентированная на соцпредпринимателей, чьи проекты направлены на помощь детям. Координатором уникальной программы МГППУ по направлению «Проектирование психолого-педагогической деятельности в негосударственных организациях» стала Анна Тихомирова – известный социальный предприниматель, создатель культурно-образовательного проекта Детский книжный автобус «Бампер».

Пройти курс обучения в Магистратуре МГППУ по направлению «Проектирование психолого-педагогической деятельности в негосударственных организациях» могут все желающие, имеющие высшее профессиональное образование любого уровня (бакалавр, специалист, магистр) в области психологии, педагогики, управления или других гуманитарных или естественных наук, а также социальные предприниматели, чьи проекты направлены, прежде всего, на помощь детям. Программа Магистратуры включает такие дисциплины, как:

1. Проектирование и экспертиза образовательных систем.
2. Методология психолого-педагогической диагностики и коррекции.
3. Классические и неклассические теории психического развития.
4. Семейная системная как институт социализации и развития личности. Проблемы психологии детей, оставшихся без попечения родителей.
5. Профилактика девиантного поведения у детей и подростков.
6. Философия и методология инклюзивного образования.

7. Психологическая помощь лицам с расстройствами аутистического спектра.
8. Социальное проектирование.
9. Оценка эффективности социальных проектов и программ.
10. Маркетинг в управлении проектами в социальной сфере.
11. Экономическое и правовое управление проектной деятельностью негосударственных организаций.
12. Построение командной работы и сопровождение волонтерской деятельности в негосударственных организациях.
13. Инициативы общественности и возможности их продвижения на региональном уровне.
14. Социальное предпринимательство и программы КСО в сфере работы с детьми и подростками.

В процессе обучения магистрантам представится возможность на практике познакомиться с процессом социального проектирования и реализации социальных проектов, с инновационными программами психолого-педагогического сопровождения и поддержки детей и подростков с особенностями развития, оставшихся без попечения родителей и находящихся в трудных жизненных ситуациях, реализуемых в НКО и социально-предпринимательских структурах. В качестве дипломной работы участники программы получают возможность подготовить собственный социальный проект и получить дальнейшую поддержку в его реализации.

УДК 811.922
ББК 81.1

Н. А. Линева

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ

В статье представлены результаты разработки маркетинговых стратегий для Потребительского сельскохозяйственного кооператива «Илим». Проанализирована внутренняя и внешняя среда предприятия, выявлены сильные и слабые стороны. Разработаны стратегии, рассчитана экономическая эффективность внедрения стратегий.

В условиях развитого рынка разработка и применение стратегии маркетинговой деятельности – одна из важнейших функций руководителей высшего звена.

Стратегия – это генеральная программа действий, выявляющая приоритеты проблемы и ресурсы для достижения главной цели.

Стратегия маркетинга заключается в приведении возможностей фирмы в соответствие с ситуацией на рынке, т. е. внутреннюю среду — с внешней средой.

За основу разработки маркетинговых стратегий принята общая стратегическая модель Портера, в рамках которой необходимо определить и использовать все свои возможности для распределения ресурсов предприятия.

Для анализа внутренней и внешней среды выбран метод СВОТ (SWOT), в рамках которого можно выявить и оценить собственные сильные и слабые стороны, а также определить возможные угрозы, содержащиеся во внешней среде.

Для выявления сильных и слабых сторон ПСК «Илим» проведен анализ по следующим критериям:

- структура товарной продукции;
- состав и структура основных фондов;
- трудовые ресурсы;
- сбытовая политика;
- ценовая политика
- финансовые результаты.

Для выявления возможностей и опасностей:

- политические факторы
- анализ рынка;

Под внутренней средой понимается хозяйственный организм фирмы, включающий управленческий механизм, направленный на оптимизацию научно-технической и производственно сбытовой деятельности фирмы. Внутренняя среда включает в себе тот потенциал, который даёт возможность организации функционировать, а, следовательно, существовать и выживать в определённом промежутке времени.

В результате исследований внутренней среды предприятия выявлено следующее:

- общая земельная площадь в 2013 году составила 5125 га. В структуре сельскохозяйственных угодий значительное место приходится на пашню – 63 %, сенокосы занимают 24,4 %, пастбища 12,6 % удельного веса соответственно. В 2012 году в кооперативе выведены из оборота прочие земли. Сложившаяся структура земельных угодий позволяет в ПСК «Илим» заниматься производством продукции растениеводства и животноводства;

- всего по хозяйству товарной продукции произведено на 16095 тыс. руб. в том числе молоко занимает удельный вес 25,9 % (4169 тыс. руб.), КРС в ж.м. – 22,9 % (3684 тыс.руб.), овцы в ж.м. – 7,5 % (1200 тыс.руб.), продукция животноводства в переработанном виде – 16,7 % (2689 тыс.руб.).

- в структуре товарной продукции наибольший удельный вес занимает продукция животноводства – 76,1 %. Отсюда можно сделать вывод, что направление хозяйства – мо-

лочно-мясное, главной отраслью является скотоводство, дополнительными отраслями можно считать зерновое производство и овцеводство;

- в хозяйстве по сравнению с планом среднегодовая численность работников по отчету меньше на 4 человека, или на 4,4 %. Снизилась по сравнению с планом численность работников аппарата управления. Обеспеченность трудовыми ресурсами ПСК «Илим» составляет 95,6 %. Следует заметить, что эффективность использования трудовых ресурсов повышается. Об этом свидетельствует увеличение таких показателей (анализ 2009-2013 гг.) как: производство валовой продукции на 1 работника, производство валовой продукции на 1 человеко-час, на 90,3 % и 87,4 % соответственно.

- Фонд заработной платы в кооперативе возрос на 53,7 %, что обеспечило увеличение среднегодовой заработной платы 1 работника 60,6 %, но она остаётся по-прежнему низкой, и составила в 2013 году 6192 рубля в месяц. На изменение выхода валовой продукции на 1 работника повлияло увеличение стоимости валовой продукции и уменьшение численности работников. Резкого и многочисленного оттока числа работников за исследуемый период в кооперативе не наблюдается.

В 2012 году стоимость основных фондов в расчете на 100 га сельскохозяйственных угодий увеличилась составила 39289 тыс. руб. в том числе здания – 18251 тыс.руб., продуктивный скот – 10315 тыс.руб., рабочий скот – 440 тыс. руб., машины и оборудование – 9841 тыс. руб., транспортные средства – 442 тыс. руб. В структуре основных фондов за анализируемый период наибольший удельный вес занимают здания – 46,5 %, продуктивный скот – 26,2 %, машины и оборудование – 25,1 %. Наименьший удельный вес занимает рабочий скот, и транспортные средства по – 1,1 %. В анализируемом хозяйстве наметилась тенденция повышения экономической эффективности использования основных фондов. Так фондоотдача возросла на 23,7 %, а фондоёмкость сократилась на 19,7 %. Можно сделать вывод, что хозяйство обес-

печено основными фондами и эффективно их использует.

- производство продукции в ПСК «Илим» рентабельно. Уровень рентабельности в целом по предприятию составляет 38,9 %. В 2013 году была получена прибыль от реализации продукции в размере 4507 тыс. руб., в том числе от реализации продукции растениеводства - 669 тыс. руб. и от реализации продукции животноводства - 3838 тыс. руб.

- можно констатировать, что проводимая товарная политика в ПСК «Илим» удовлетворительная, т.е. практически по всем видам продукции получена прибыль.

- убыток был получен от реализации шерсти - 1411 тыс. руб., продукции животноводства реализованной в переработанном виде - 154 тыс. руб. и прочей продукции растениеводства – 69 тыс. руб. Чистая прибыль составила 3968 тыс. рублей.

- в ПСК «Илим» продукция реализуется по прямым каналам товародвижения. Несмотря на это, хозяйство не проводит работу в отношении выявления других сегментов рынка. Также следует отметить, что в ПСК «Илим» реализованная продукция животноводства в переработанном виде занимающая 16,7 % удельного веса в 2013 году принесла убытки в размере 154000 рублей. Здесь можно выделить следующие причины:

- товарная продукция была реализована в сырье;
- неудовлетворительная ценовая политика;

На конечные результаты сельскохозяйственного производства существенным образом влияют материально-денежные затраты на производство и реализацию продукции. Сокращение общих издержек производства во многом определяется эффективным использованием земельных, трудовых и материально-технических ресурсов. А также применение современных методов управления хозяйством, в том числе применение маркетинговых подходов в частности разработки маркетинговых стратегий.

Диагностика внутренней среды ПСК «Илим» показала, что предприятие на сегодняшний день рентабельно (38,9 %),

за 2013 год получена прибыль от реализации молока в размере 4169 тыс.руб., КРС в ж.в. – 990 тыс. руб., овцы в ж.в. 230 тыс.руб. (удельный вес составляет 76,1 %). Как видно, из приведенных данных, наибольшая прибыль получена от реализации молока и КРС в ж.в. Из анализа товарной продукции в хозяйстве выявлено, что наиболее перспективными на сегодняшний день является КРС в ж.в. и молоко. Однако следует отметить, что продукция животноводства в переработанном виде реализовывалась без учета рыночных условий.

Под внешней средой организации понимаются все условия и факторы, возникающие в окружающей среде, независимо от деятельности конкретной фирмы, но оказывающие или могущие оказать воздействие на её функционирование.

Анализ внешней среды представляет собой процесс, посредством которого можно адаптироваться предприятию по отношению к внешним факторам среды, чтобы определить возможности и угрозы. Он дает предприятию время для прогнозирования возможностей, время для составления плана на случай непредвиденных обстоятельств, время для разработки системы раннего предупреждения на случай возможных угроз и время на разработку стратегий, которые могут превратить прежние угрозы в любые выгодные возможности.

Как указывалось, выше мы остановимся на двух факторах:

1) Политические факторы.

Политическая составляющая внешней среды должна изучаться в первую очередь для того, чтобы иметь ясное представление о намерениях органов государственной власти в отношении развития общества и о средствах, с помощью которых государство намерено проводить в жизнь свою политику. В изучение политической обстановки входит выяснение: какие программы водворяют в жизнь различные партии, какое отношение у правительства существует по отношению к различным отраслям экономики и регионам страны и т.д.

Молочное животноводство одна из основных отраслей российской экономики и имеет важное значение для

обеспечения продовольственной независимости страны и для развития села. Однако без соответствующего финансирования, государственных и региональных программ, субсидирования ни молочное, ни мясное животноводство не может обойтись.

Далее проанализируем документы, в которых отражается государственная поддержка развития молочного животноводства.

1. Постановление от 14 июля 2012 г. N 717 О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 – 2020 годы программа. В данной программе развитие молочного животноводства отнесено к первому уровню приоритетов. За счет федерального бюджета Министерству сельского хозяйства Российской Федерации всего выделено в 2013 году – 149485557,6 тыс. рублей, в 2014 году – 150876667,2 тыс. рублей.

2. Дополнительная господдержка сельского хозяйства в 2013 году в объеме 42 млрд. рублей, в том числе субсидии на 1 литр реализованного товарного молока – 3,2 млрд. рублей.

3. Краевая долгосрочная целевая программа «Поддержка и развитие агропромышленного комплекса Забайкальского края (2013 – 20120 годы)» от 03.2012 года N 333. Потребность в финансировании программы из бюджета Забайкальского края составит в 2013 году – 1124309 тыс. рублей, в 2014 году – 752552 тыс. рублей.

4. Постановление Правительства Забайкальского края от 24.04.2013 года № 144 «Об утверждении Порядка предоставления из бюджета Забайкальского края сельскохозяйственным товаропроизводителям субсидий сельскохозяйственным производителям, организациям по искусственному осеменению сельскохозяйственных животных, осуществляющим свою деятельность по направлению молочного скотоводства».

На возмещение затрат:

- на приобретение оборудования, машин и механизмов для молочного скотоводства, включая кормоуборочную технику, средства механизации для приготовления кормов, автоматизированные программы учета скота, оборудование для идентификации животных и др.

Ставка субсидии: в размере 30 % стоимости (федеральный бюджет) и 20 % (краевой бюджет);

- на приобретение семян высокобелковых кормовых культур.

Ставка субсидии: на 1 тонну, утверждаемой Минсельхозом Забайкальского края;

- на проведение мероприятий по коренному улучшению естественных кормовых угодий.

Ставка субсидий: по ставке, утверждаемой Минсельхозом Забайкальского края;

- на строительство, реконструкцию и модернизацию комплексов и ферм по производству молока на базе современных технологических решений. Ставка субсидии: в размере 20 % от затрат (Федеральный бюджет) и 10 % от затрат (краевой бюджет);

- мероприятия по созданию, оснащению сервисных центров по искусственному осеменению крупного рогатого скота.

Ставка субсидии: в размере 20 % от затрат (федеральный бюджет) и 10 % от затрат (краевой бюджет);

- на покупку телок и нетелей для комплектования товарных стад. Ставка субсидии: по ставке, утверждаемой Минсельхозом Забайкальского края.

2) Рыночные факторы.

Изменчивая рыночная внешняя среда представляет собой область постоянного рыночного беспокойства для организации. В анализ рыночной внешней среды входят многочисленные факторы, которые могут оказать непосредственное воздействие на успехи и провалы организации. К этим факторам относятся: изменения демографического условия, жизненные циклы различных изделий или услуг, легкость

проникновения на рынок, распределение доходов населения и уровень конкуренции в отрасли.

В статье рыночные факторы изучены с позиций выявления спроса и предпочтений потребителей к молоку и молочной продукции (масло, сметана, молоко) на рынке г. Чита.

На наш взгляд читинский рынок молочной продукции наиболее перспективен в силу следующих причин:

1. молоко и молочные продукты относятся к товарам первой необходимости;
2. рынок молока и молочных продуктов находится в стадии роста;
3. молоко и молочные продукты местных товаропроизводителей у населения пользуются спросом;
4. читинский рынок молока и молочных продуктов зависит от производителей других регионов.

Для исследования спроса мы использовали метод опроса. Сбор информации осуществлялся с помощью разработанной анкеты закрытого типа.

Результаты опроса представлены в на рисунках 1 -8.

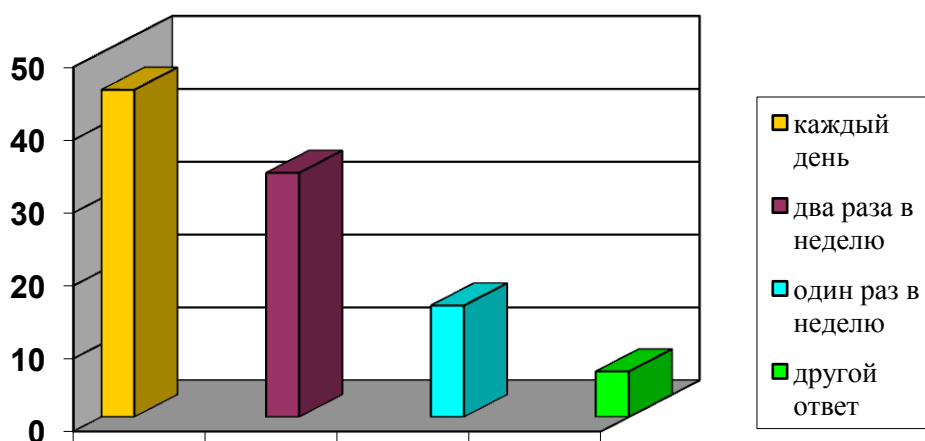


Рис.1. Частота покупок молока и молочных продуктов

Результаты опроса показали, что респонденты в большей части покупают молоко и молочные продукты каждый день и два раза в неделю (33,5 % и 44,9 % соответственно).

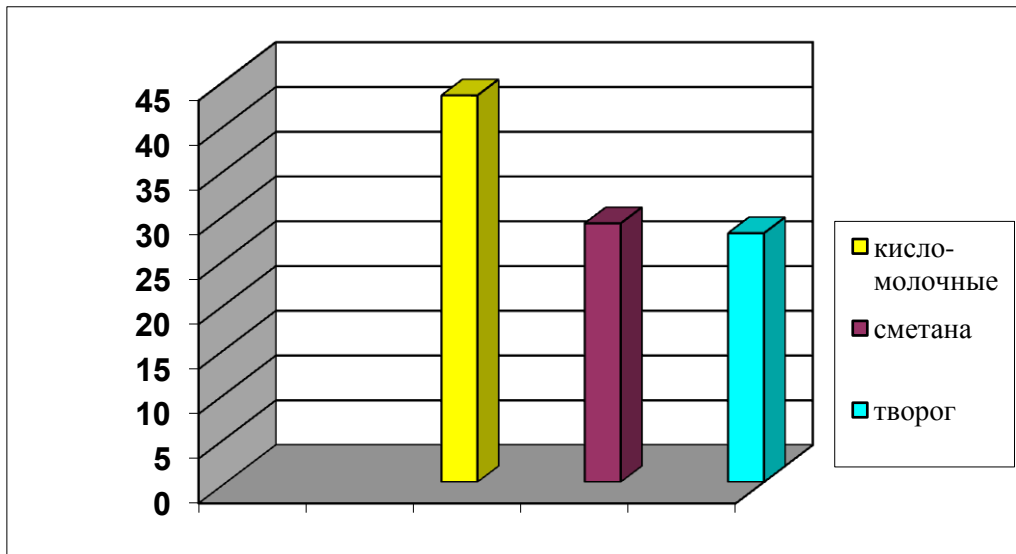


Рис.2. Отношение потребителей к виду молочной продукции

В результате опроса выявлено, что кисломолочные продукты предпочитают 43,2 % респондентов, 28,9 % - сметану, 27,8 % - творог.

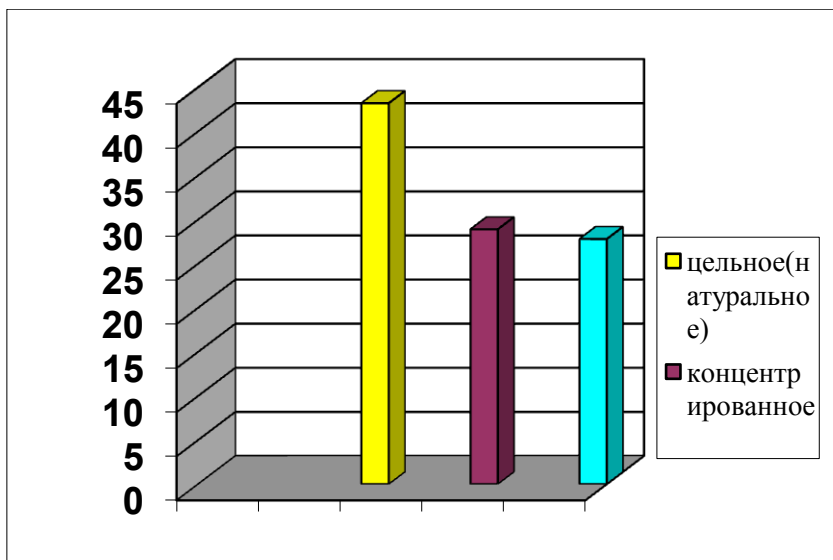


Рис.3. Отношение потребителей к видам молока

Исследования показали, что большинство потребителей – 64,2.% предпочитают натуральное молоко, концентрированное – 27,8 %, восстановленное -7,9 %

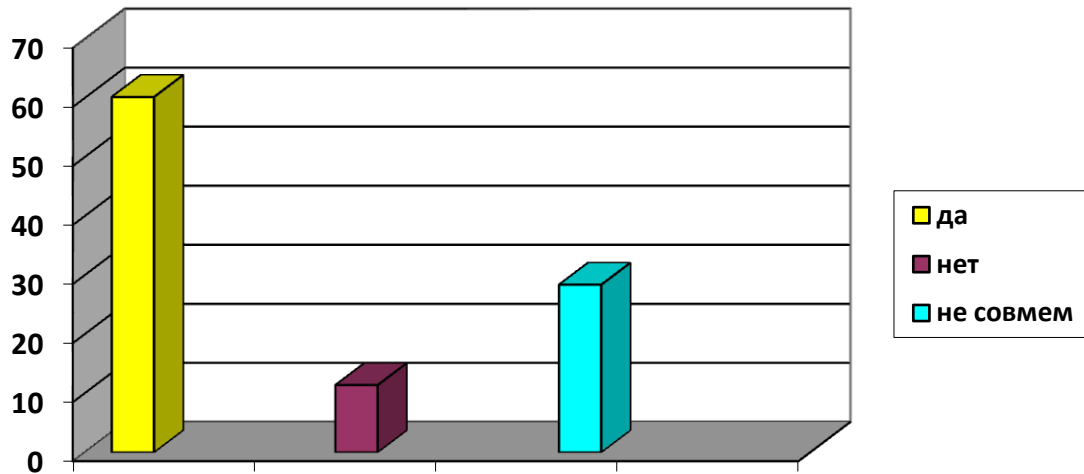


Рис.4. Отношение потребителей к ассортименту молока и молочных продуктов

В отношении ассортимента рынка молока и молочной продукции в г. Чита потребители распределились следующим образом: 60,2 % потребителей устраивает ассортимент, 39,8 % нет и не совсем.

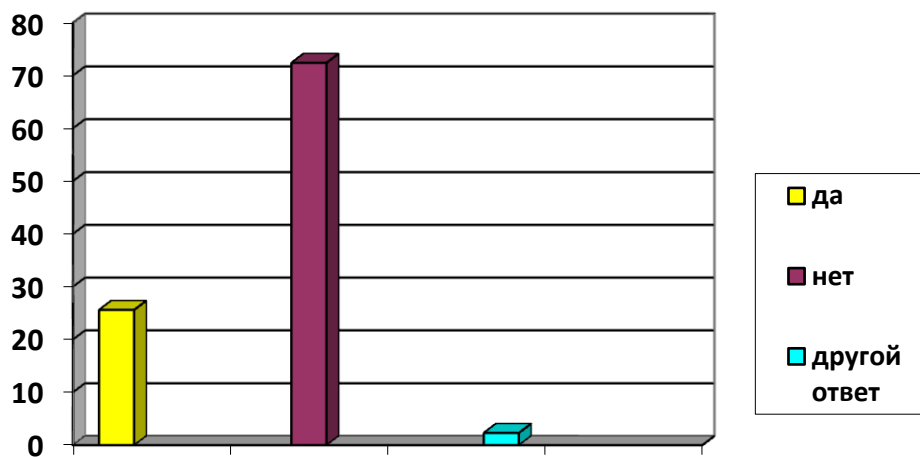


Рис.5. Отношение потребителей к цене молока и молочных продуктов

Из исследований выявлено, что 72,1 % потребителей считают цены на молоко высокими, 25,6% - устраивают, 2,3 % - не определились.

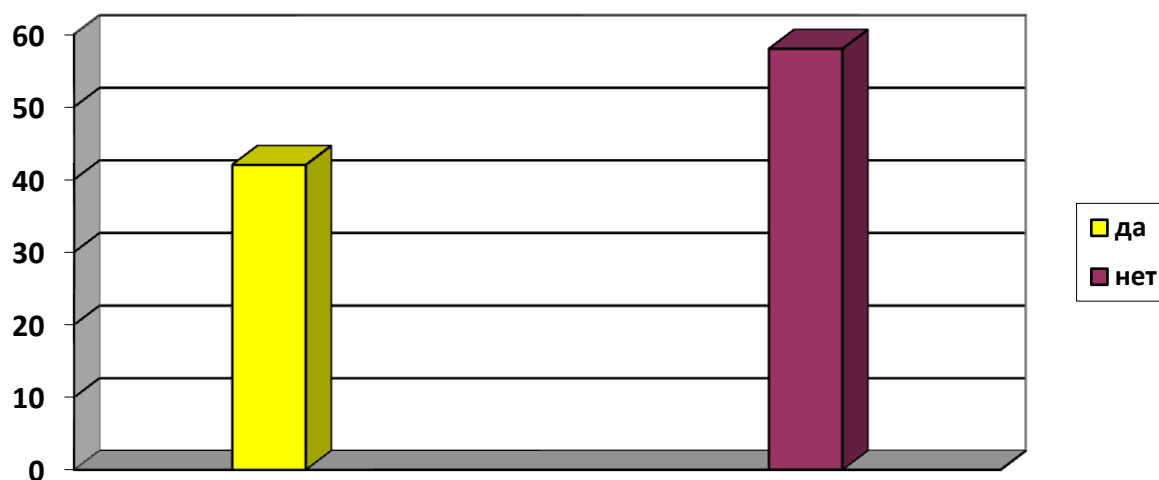


Рис.6. Отношение потребителей к качеству молока и молочных продуктов

По результатам исследований выявлено, что 58% потребителей считают молоко и молочные продукты (сметану, творог, масло сливочное) не натуральными и 42 % - натуральными.

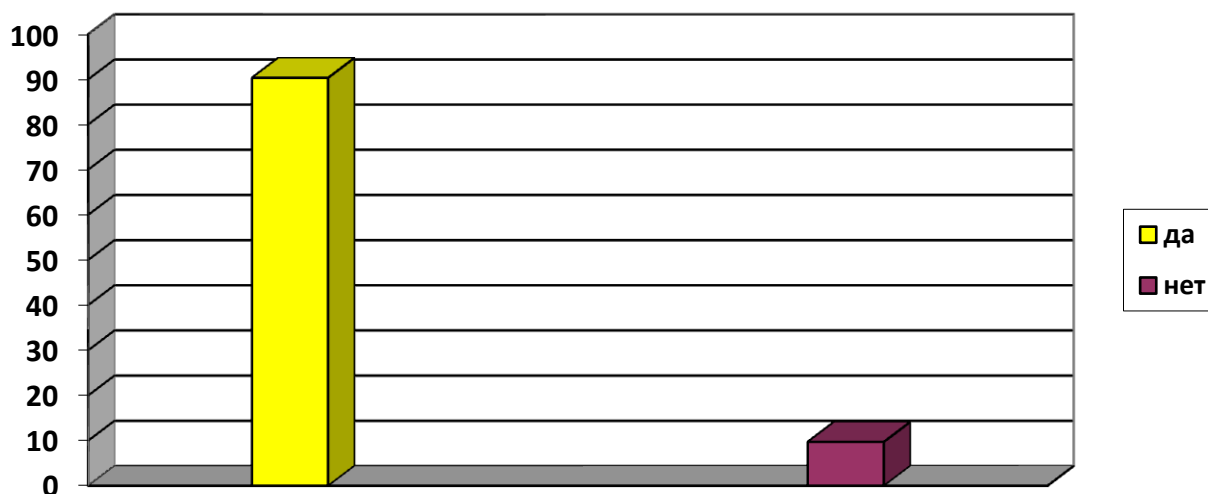


Рис.7. Отношение потребителей к покупке натуральных продуктов

Результаты исследований показали, что 90,3 % респондентов готовы покупать натуральные продукты (молоко, масло сливочное, творог, сметану)

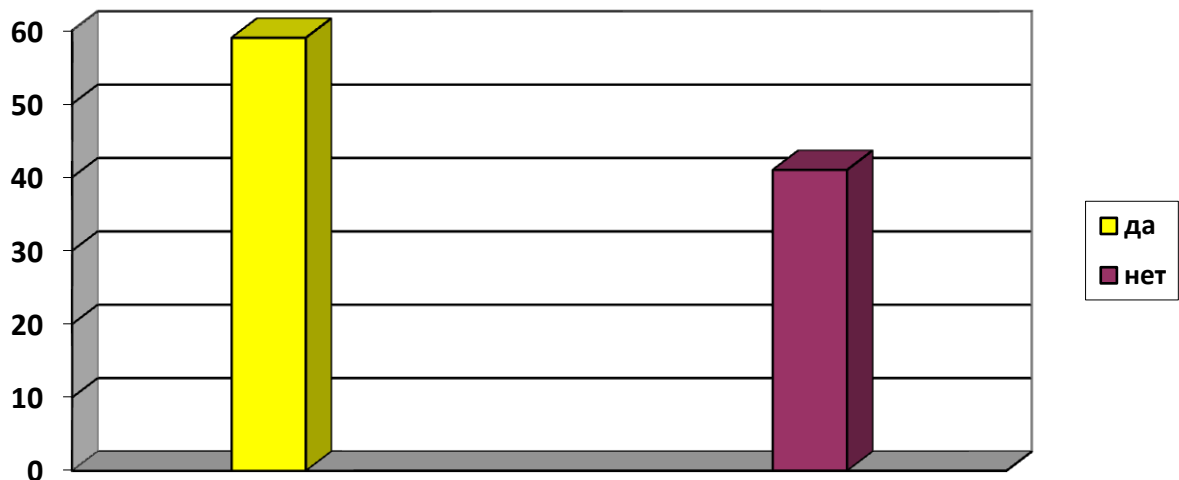


Рис.8. Отношение потребителей к диапазону цен на натуральное молоко

Из опроса респондентов выявлено, что 59 % готовы заплатить за один литр натурального молока в диапазоне 40 - 60 рублей.

По результатам маркетинговых исследований выявлено, что потребители в большей части покупают молоко и молочные продукты каждый день и два раза в неделю (33,5 % и 44,9 % соответственно), большинство потребителей – 64,2.% предпочитают натуральное молоко, кисломолочные продукты предпочитают 43,2 % респондентов, 28,9 % - сметану, 72,1 % потребителей считают цены на молоко высокими, 58% потребителей считают молоко и молочные продукты (сметану, творог, масло сливочное) не натуральными, 72,1 % потребителей не удовлетворяет ассортимент и считают цены на молоко высокими.

Таким образом, исследования внутренней и внешней среды позволили нам выявить сильные и слабые стороны ПСК «Илим», которые представлены в таблице 1.

Таблица 1

Сильные и слабые стороны ПСК «Илим»

Слабые стороны	Сильные стороны
Продукция животноводства, реализованная в переработанном за анализируемый период снизилась на 11,9 %	Производство сельскохозяйственной продукции увеличилось за анализируемый период выросло на 60,7 %, молока на 66,5 %.
Убыток был получен от реализации шерсти - 1411 тыс. руб., продукции животноводства реализованной в переработанном виде - 154 тыс. руб. и прочей продукции растениеводства – 69 тыс. руб.	Фонд заработной платы в кооперативе возрос на 53,7 %, что обеспечило увеличение среднегодовой заработной платы 1 работника 60,6 %, но она остаётся по-прежнему низкой
Коэффициент платёжеспособности ниже нормативного ($K_{пл} \geq 1$)	ПСК «Илим» рентабельно (38,9 %), за 2012 год получена прибыль от реализации молока в размере 4169 тыс.руб.,
Краткосрочные займы	В ПСК применяется автоматизация и механизация производственного процесса
Неудовлетворительная ценовая политика	Чистая прибыль составила 3968 тыс. рублей.
	Обеспеченность трудовыми ресурсами ПСК «Илим» составляет 95,6 %.
	ПСК «Илим» имеет средний уровень специализации, $K_c = 0,35$
	Хозяйство обеспечено основными фондами и эффективно их использует.
	В 2012 году закуплены коровы симентальской породы

На основании результатов по выявлению сильных и слабых сторон деятельности ПСК «Илим» нами были разработаны маркетинговые стратегии. Следует заметить, что коэффициент платёжеспособности снизился за счет краткосрочных займов, которые были использованы на покупку коров симентальской породы, а также в 2012 году получен убы-

ток от реализации шерсти - 1411 тыс. руб., продукции животноводства реализованной в переработанном виде - 154 тыс. руб. и прочей продукции растениеводства – 69 тыс. руб.

Анализ политических факторов показал, что со стороны государства на сегодняшний день существует поддержка в виде субсидий на развитие молочного животноводства. Из исследований рынка молочной продукции выявлено, что рынок находится в стадии роста и потребители предпочитают натуральные молочные продукты.

Следует констатировать, что сложившиеся внешние и внутренние факторы позволяют ПСК «Илим» разработать маркетинговые стратегии по дальнейшему развитию хозяйства.

На наш взгляд, наиболее приемлемой маркетинговой стратегией для развития ПСК «Илим» является интегративная стратегия. Стратегия этого типа оправдана, когда фирма может повысить свою рентабельность, контролируя различные стратегически важные для нее звенья в цепи производства и продажи товара.

Следует различать интеграции «вперед», «назад» и горизонтальную интеграцию.

Стратегии интеграции «вперед». Мотивацией в этом случае является обеспечение контроля над выходными каналами.

Из выше перечисленных стратегий мы выбираем стратегию интеграции «вперед», т.е. переработка сельскохозяйственной продукции, в частности молока и далее его реализация на рынке г Чита. Ранее указывалось, что это наиболее перспективный рынок, на котором можно закрепиться.

Для реализации данной стратегии мы предлагаем закупить фасовочно-упаковочную машину для молока.

Оборудование для фасовки и упаковки молочной продукции разнообразно по назначению, типам продукта, производительности и пр.

Для предприятий, работающих на удовлетворение регионального спроса, для компаний, организующих собственную

переработку с/х продукции, более привлекательным является разлив молока в полиэтиленовые пакеты.

Стоит отметить, что на рынке доля молока в полиэтиленовых пакетах составляет не менее 45%, что подтверждает благосклонность покупателя. Объясняется это тем, что, несмотря на неудобства такой упаковки, она обеспечивает минимальную цену товара (это и подтверждают исследования рынка).

СПК «Илим» предлагается приобрести линию по производству пакетированного молока, которое состоит из следующего оборудования:

- ванна охлаждения ИПКС-024;
- насос центробежный ИПКС-017;
- комплекты оборудования для пастеризации ИПКС-013 (Р-1300);
- автомат розлива ИПКС-042;
- компрессор воздушный К-11;
- камера холодильная среднетемпературная КХС-3;
- набор лабораторной посуды и приборов для контроля качества молока.

Следует заметить, что в ПСК «Илим» емкость для сбора молока и его охлаждения, также набор лабораторной посуды и приборов для контроля качества молока, поэтому приобретение оборудования будет намного дешевле.

Таблица 2

Ценовые стратегии

Стратегии	Действия
Цена проникновения	Низкие цены, при продвижении товаров на другие рынки, в целях его завоевания и увеличения объемов продаж
Стандартизация цен	Единая структура цен на один и тот же товар в целях формирования одинакового имиджа в глазах всех покупателей
Ценовая стратегия следования за лидером	Установление цен на товары на уровне конкурентных цен, в целях сохранения имиджа и доли

	рынка
Стратегия «снятия сливок»	Установление высоких цен на новые товары с целью максимизации прибыли

Наиболее целесообразная ценовая стратегия на готовую продукцию при выходе на рынок г. Чита - стратегия цен проникновения. Суть данной стратегии заключается в установлении цен ниже, чем у конкурентов. Если учесть что средняя рыночная цена на 1 кг. молока составляет 55 рублей, отсюда следует, что торговым сетям можно предлагать за 25 рублей. В свою очередь розничная торговля может варьировать в ценовом диапазоне от 25 рублей до 35 - 40 рублей, т.е. надбавка составит от 55 % до 60 % на литр молока. А также, если учесть проведенные маркетинговые исследования по отношению потребителей к цене, то 72,1 % считают цены на молоко высокими и молоко отличного качества, то от данного коммерческого предложения отказаться трудно.

Таблица 3

Стратегии в отношении сбыта

Стратегии	Действия
Проникновение в рынок (стратегия развития рынков)	«вычерпывание» рынка, то есть увеличение сбыта с помощью имеющихся видов товаров на имеющихся рынках, за счет привлечения новых пользователей товаром, побуждения покупателей к более частому использованию товара
Расширение рынка (стратегия развития рынков)	Освоение развития рынков, на которых можно продавать имеющиеся виды товаров
Стратегия горизонтальной интеграции	Освоение новых рынков за счет предложения имеющихся товаров в районы области на договорных условиях
Партнерство (стратегия интеграции)	Сотрудничество с партнерами по рынку в целях использования со-

	вместного потенциала
Кооперация (стратегия интеграции)	Объединение с рыночным партнером в целях реализации стратегий в отношении продукции рынка
Расширение целевых групп	Информирование и оказание воздействие на другие целевые группы, в имеющихся подблостях рынка

Наиболее приемлемой стратегией в отношении сбыта товаров является стратегия проникновения в рынок, которая предусматривает развитие рынка за счет увеличения сбыта товаров, данная стратегия может быть применима в СПК «Илим». Поскольку результаты исследования показали, что многие сегменты рынка не охвачены в частности сегмент потребителей с низкими доходами не удовлетворяют свои потребности в молоке и кроме этого 58 % потребителей считают, что они приобретают не натуральное молоко.

Далее проведем расчет эффективности внедрения стратегий на ПСК «Илим»

Производство молочной продукции является одной из существенных статей доходов ПСК «Илим». В то же время низкие закупочные цены со стороны переработчиков молока снижают экономическую эффективность данного вида продукции.

Состав комплекта основного оборудования представлен в таблице 4.

Таблица 4

**Состав и стоимость оборудования для открытия линии
по розливу молока**

№ п/п	Наименование Оборудования	Технические параметры	Значение	К-во	Стоимость, руб.
1.	Насос центробежный	Подача, м ³ /ч	10	1	52000,00
2.	Пастеризационно-охладительная	Произ-сть, м ³ /ч	1,0	1	210000,00

	пластинчатая установка				
4.	Автомат розлива и упаковки молочных продуктов (фотометка, управл. наносом)	Произв-сть, упак./ч	1500	1	235 240,00
5.	Ящик пластиковый молочный «Фин-пак»			100	25 000,00
	Итого оборудование:				467000,00
	Всего с НДС, руб.:				522 240,00

Итого: капитальных затрат: 522,240 тыс. руб.

Помимо капитальных затрат, внедрение данного мероприятия потребует и увеличения текущих затрат предприятия по следующим статьям:

- амортизация оборудования (исходя из срока службы оборудования 15 лет) – 72,24 тыс. руб. в год;
- ремонт и обслуживание оборудования (дополнительно к заработной плате для работников по обслуживанию линии розлива - 32 тыс.руб. в год) ;
- электроэнергия - 29,2 тыс.руб. в год (рассчитана с учетом потребляемой мощности нового оборудования);
- заработная плата рабочих (потребуется 2 человека для обслуживания линии розлива молока, заработная плата почасовая, из расчета 105 руб. за 1 час работы) = 82,75 тыс. руб. в год.
- коммерческие расходы и услуги сторонних организаций составляют 270 тыс.руб. (на организацию сбыта молока, наибольшие затраты будут первые три месяца);
- транспортные расходы рассчитаны с учетом пробега автомашины до г. Чита (туда и обратно 500 км.) и стоимости бензина по 35 тыс.руб. за один литр, при этом в каждом месяце запланировано доставка готовой продукции 4 раза – 35,8 тыс. руб. в год;

- прочие расходы – 120 тыс.руб. (отчисление с заработной платы, страхование и др.).

Затраты на реализацию проекта отражены в таблице

Таблица 5

Текущие затраты на реализацию стратегии

Виды затрат	2013 год (база)	Внедрение стратегии (проект), 2014 год	2014 год
1. Материальные затраты, всего:	19853	1167,96	21020,96
Семена и посадочный материал	1439	-	1439
Корма	8759	-	8759
Прочая продукция сельского хозяйства	434	-	434
Вспомогательные материалы	434	36,42	470,42
Нефтепродукты	4807	12,3	4819,3
Транспортные расходы	1604	35,8	1639,8
Топливо, энергия	775	39,2	8144,2
Ремонт и обслуживание	1583	32	1665
Услуги сторонних организаций	18	20	38
Оборудование		522,24	522,24
2. Амортизация	1209	34,24	1243,24
3. Заработная плата	6257	82,75	6339,75
Коммерческие расходы	-	150	150
4. Прочие	2164	-	2164
Итого затрат по основному производству	29483	964,95	30447,95

При внедрении стратегии интеграции «вперед» На ПСК «Илим» затраты на ее реализацию составили 1630,95 тыс.руб. при производстве за 2013 год 5488 ц. молока. Для снижения коммерческого риска и выполнения договорных обязательств с заводом по переработке молока, мы рассчитали проект на переработку 1 тонны молока в год.

Финансовые результаты представлены в таблице 6.

Таблица 6

Финансовые результаты по итогам внедрения стратегии

Показатели	2013 го (база)	2014 год (С учетом проекта)	Проект 1214 год, тыс. руб.
Выручка	19621	22471	2850
Себестоимость	18221	18663,71	442,71
Валовая прибыль	1400	5207,3	2407,3
Прибыль от реализации	1400	5207,3	2407,3
Прочие доходы	7933	7933	-
Прочие расходы	3586	522,24	522,24
Балансовая прибыль	5067	5207,3	1885
Налог на прибыль	-	-	-
Чистая прибыль	5067	6952	1885
Рентабельность продукции, %	27,8	37,25	66, 1

Срок окупаемости проекта: $964,95 / 1885 = 0,5$ года.

Из анализа таблицы следует, что выручка увеличится на 14,5 %, что в сумме составляет 2850 тыс.руб., чистая прибыль составит 1885 тыс.руб. в год. Также необходимо отметить, что по истечению срока окупаемости прибыль от реализации стратегии увеличится на 27,7 % и составит 2407,3 тыс. руб.

Библиографический список

1. **Горфинкель, В. Я.** Экономика предприятия: Учебник для вузов. /В. Я. Горфинкель. – М: ЮНИТИ - ДАНА, 2009. – 767 с.
2. **Данько, Т. П.** Управление маркетингом: Учебник. Изд. 3-е, перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 363 с. (ЭБС znanium.com).
3. **Кнышова, Е. Н., Панфилова, Е. Е.** Экономика организации: Учебник для вузов. /Е. Н. Кнышова, Е. Е. Панфилова. - М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2013. – 336 с.

4. **Краевая долгосрочная целевая программа «Поддержка и развитие агропромышленного комплекса Забайкальского края (20013-2020 годы)»**

5. **Краевая долгосрочная целевая программа «Развитие мясного скотоводства в Забайкальском крае (2013-2020 годы)»**

6. **Нечаев, В. А.** Факторы экономического роста в скотоводстве. /В.А. Нечаев //Экономика сельского хозяйства России. – 2008. №4. с.35

7. **Управление маркетингом:** учеб. пособие /под ред. И. М. Синяевой – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник 2009. – 416 с.

8. **Годовые отчёты ПСК «Илим» за 2009 - 2013 гг.**

9. **Сайт Правительства Российской Федерации:**
<http://state.kremlin.ru/face/8333>;

10. **Интернет ресурс:** [http:// - portal@referent.ru](http://portal@referent.ru).

=====

УДК 339.138
ББК 65.9(2)421

Е. М. Попова
Н. Е. Петрова

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ
В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

В статье обоснована актуальность маркетинговых исследований межкультурных коммуникаций при разработке образовательных технологий для обучения иностранных студентов профессиональным дисциплинам. Охарактеризованы основные этапы проведения исследований, сформулированы выводы, позволяющие определить наиболее эффективные методы и приемы обучения.

Современное состояние российского общества, процессы, происходящие в политической, экономической и духовной жизни нашей страны, побуждают по-новому взглянуть на проблемы профессионального образования, формирования интеллектуального и творческого потенциала личности. Образование сегодня должно вооружить молодежь «компетенциями, касающимися жизни в многокультурном обществе, такими как понимание различий, уважение друг друга, способность жить с людьми других культур, языков, религий» [4, с. 4]. Тем самым, межкультурная коммуникация становится атрибутом современной жизни, атрибутом современного образования.

Термин «межкультурная коммуникация» впервые появился в 1954 году в книге Д. Трагера и Э. Холла «Культура как коммуникация». Позднее, развивая свои идеи о взаимосвязи культуры и коммуникации, Холл пришел к выводу о

необходимости обучения культуре и первым предложил сделать проблему межкультурной коммуникации не только предметом научных исследований, но и самостоятельной учебной дисциплиной.

Основоположниками межкультурной коммуникации были представители различных научных отраслей: лингвистики, антропологии, психологии, социологии, этнологии, фольклористики, результаты исследований которых широко освещены в литературе. Однако, маркетинговые исследования межкультурных коммуникаций, направленные на выявление потребительских предпочтений в сфере профессионального образования, практически не проводились. Вместе с тем, отличие в языках, особенностях восприятия и усвоения информации, нормах общественного поведения, отношении к работе людей разных культур нередко затрудняют контакты преподавателей и студентов, снижая эффективность образовательного процесса.

В этой связи в Забайкальском институте предпринимательства было проведено маркетинговое исследование потребительских предпочтений в обучении студентов разных национальностей. Причем, в исследовании принимали участие студенты из разных регионов России (Забайкалья, Бурятии, Кавказа) и стран СНГ – Таджикистана, Киргизии, Белоруси.

Исследование проводилось методом фокус-группы. В одну фокус-группу входило 12 студентов. Количество проведенных фокус-групп – три.

Проведение исследования методом фокус-группы позволило наиболее точно выявить мнения респондентов. Участники группы отвечали устно на вопросы предлагаемые модератором (ведущим). Проведение опроса сопровождалось дидактическими материалами. Первый этап предполагал опрос с целью определения мнения респондентов о цели данного исследования.

Второй этап маркетингового исследования включал такие задания для респондентов, как восприятие письменного текста, аудио-текста, текста изложенного в виде схем и таб-

лиц, текста подкрепленного видеоматериалом. После оповещения результатов участникам фокус-группы предлагалось высказать мнение о собственной восприимчивости предложенного материала в разных формах.

Следующий этап исследования позволил определить эффективность работы студентов в группе. Участникам предлагалось выполнить задание индивидуально или в коллективе. Респонденты, которые выбрали коллективную работу, подразделялись на подгруппы. Оценка выполненного задания осуществлялась по следующим критериям – время, качество, креативность (творчество).

Четвертый этап исследования состоял из ситуационных заданий с элементами деловой игры. Студентам предлагалось решить ситуацию и воссоздать аналогичную ситуацию в виде деловой игры. При выполнении этого задания, каждая подгруппа требовала консультаций модератора (ведущего).

Анализ результатов исследования показал, что большая часть респондентов предпочитает обучение в контексте будущей профессиональной деятельности, отмечая при этом, что лучше усваивается визуальная информация, основанная на реальных практических ситуациях. В этой связи, наиболее целесообразной и эффективной технологией профессионального образования, на наш взгляд, является контекстное обучение, приемы и методы которого разработаны в трудах А. А. Вербицкого и его научной школы.

Содержание контекстного обучения «отливается» (А.А.Вербицкий) в адекватные ему формы организации учебной деятельности студентов, все более приближающиеся к формам деятельности профессиональной. При этом выделяются три основные базовые формы: собственно *учебная* (лекции, практические), *квазипрофессиональная* (деловая игра и другие игровые формы) и *учебно-профессиональная* (НИРС, производственная практика, подготовка дипломного проекта). В формах собственно учебной деятельности осуществляются главным образом передача и усвоение информации; квазипрофессиональной – моделируются целостные

фрагменты производства, их предметно-технологическое и социально-ролевое содержание; в формах учебно-профессиональной деятельности студент совершает действия и поступки, соответствующие нормам профессиональных и социальных отношений специалистов, вступающих в процессе труда в межличностное взаимодействие и общение.

Принципы контекстного обучения (А. А. Вербиций, М. М. Мащенко и др.) реализуются посредством применения в учебном процессе технологий активного обучения, благодаря которым обеспечивается включение студента в освоение профессиональной деятельности как части человеческой культуры. Тем самым достигается не только простое воспроизводство уже известного социального опыта, но и его расширенное воспроизведение, обогащение за счёт творческого развития личности будущего профессионала.

Современная лекция в контекстном обучении «теряет свою жанровую чистоту» (В.И. Загвязинский), часто переходя в диалог, диспут, разрешение спорных ситуаций, что обусловлено стремлением активизировать процесс восприятия и усвоения информации. В ходе чтения лекций применяются такие продуктивные приемы обучения, как: ознакомление с темой по рекомендованной литературе до изложения ее преподавателем (лекции–погружения), участие в разрешении проблемных ситуаций в ходе лекции, визуализация материала (показ слайдов, видеофильмов, демонстрация товарных образцов) и пр.

Тем самым, студент в контекстном обучении с самого начала находится в деятельностной позиции: включается весь потенциал активности студента – от уровня восприятия до уровня социальной активности, а знания и умения усваиваются им в контексте моделируемых профессиональных ситуаций. К тому же, применение в учебном процессе реальных экономических и социальных профессионально ориентированных ситуаций (кейсов) позволяет развивать творческие способности обучающихся, формирует навыки выполнения творческих заданий в составе небольших групп, помогает бу-

дущим специалистам успешно овладеть способностями анализа непредвиденной ситуации, самостоятельно разрабатывать алгоритмы принятия решений с учетом мнений всех участников обсуждения. Это обеспечивает условия для формирования профессиональной компетентности выпускников, развития профессиональной мотивации обучения, придания личностного смысла процессу учения, развитию толерантности и взаимопонимания.

Таким образом, целенаправленное погружение студентов в профессиональный контекст не только способствует овладению базовыми профессиональными умениями и навыками, но и содействует развитию социокультурной компетентности учащихся, создает атмосферу делового сотрудничества при решении значимых профессиональных проблем.

Особый интерес у студентов вызывали и приемы технологии развития критического мышления, получившей широкое распространение в практике высшей школы в последнее время. Идеи данной технологии обучения первоначально были разработаны в трудах американских ученых (Д.Халперн, К.Мереди, Д.Стил, Ч.Темпл, С.Уолтер и др.) и получили дальнейшее развитие в работах отечественных педагогов и психологов М. В. Кларина, С.И.Заир-Бека, И.О. Загашева, И. В. Муштавинской и др.

Образовательная технология развития критического мышления (РКМЧП) представляет собой систему учебных методов и приемов, общим для которых является построение образовательного процесса на основе трех фаз: *вызов – реализация смысла* (осмысление) – *рефлексия* [2].

И наконец, особую значимость в профессиональном обучении студентов разных национальностей приобретает привлечение к учебному процессу специалистов-практиков, которые на реальных примерах раскрывают сущность будущего профессионального труда, вызывая повышенный интерес, эмоциональное восприятие, повышая мотивацию обучения.

Таким образом, маркетинговые исследования позволили определить наиболее эффективные в профессиональной

подготовке технологии обучения. Названные технологии обучения, на наш взгляд, приближают процесс обучения к реалиям рынка труда, способствуют подготовке компетентных специалистов с учетом национальных особенностей восприятия и усвоения информации и национального менталитета.

Библиографический список

1. **Загашев И. О.** Учим детей мыслить критически / И.О. Загашев, С.И. Заир-Бек, И.В. Муштавинская. – СПб.: Альянс-Дельта, 2003. – 192 с.

2. **Заир-Бек С. И.** Развитие критического мышления на уроке: пособие для учителя / С.И. Заир-Бек, И.В. Муштавинская – М.: Просвещение, 2004. – 173 с.

3. **Новые педагогические и информационные технологии в системе образования:** Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Под ред. Е.С. Полат. –3-е изд., испр. и доп. –М.: Издательский центр «Академия», 2008.

4. **Попова, Е. М.** Реализация технологии контекстного обучения в процессе профессиональной подготовки товароведов // Научное обозрение. Научно-образовательный журнал – М.: Изд-во «Наука», 2006. – №5.

УДК 620.21
ББК 65.9(2)421

Н. И. Рыжова

***ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО
ПИТАНИЯ***

Развитие ресторанного рынка позволяет развивать малый бизнес ресторанного сервиса. Организация ресторанного бизнеса находится в стадии постоянного развития и для его развития необходима реорганизация, которая включает: построение организационной структуры, выработку ассортиментной и кадровой политики.

В настоящее время на рынке предприятий общественного питания России не разработана жесткая классификация заведений. В мировой практике существует множество принципов классификации ресторанов: по ассортименту, по квалификации персонала, по целевой аудитории, по ценовому уровню. В России наиболее распространена простейшая классификация по типу: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная. При этом четких требований к тому или иному виду заведений общепита в России до сих пор не разработано. Поэтому обычно специализация заведения общепита определяется, исходя из его собственного позиционирования.

В традиционной классификации, установленной ГОСТом Р 50762-95, рестораны делятся на три класса: люкс, высший и первый, каждому из которых соответствует определенный набор требований. Однако в современных условиях целесообразно использовать несколько иную градацию; элитные, рестораны для среднего класса (демократичные) и фаст-фуды. Кроме того, помимо обычных баров и кафе, в по-

следние годы появился особый тип заведений общественного питания - кофейни.

В последние годы ресторанный бизнес стал привлекать все больше инвесторов из самых разных сфер бизнеса. Это связано, прежде всего, с привлекательностью данного рынка в условиях экономического роста страны и благосостояния населения, а также с возможностями получения стабильной прибыли в течение всего времени существования ресторана при его грамотном управлении (общественное питание является одной из самых ликвидных отраслей экономики).

В тоже время ресторанный бизнес таит в себе много опасностей для потенциальных инвесторов. В России отсутствует серьезный рыночный опыт в ресторанной сфере и многолетние традиции. Кроме того, нет наработанной методологической базы, помогающей вести бизнес. Еще одна трудность заключается в том, что для многих инвесторов ресторан рассматривается как «игрушка», которая должна приносить деньги, но не требовать большого внимания. Обзор рынка общественного питания Читы позволяет сделать вывод, что большая часть заведений общественного питания ставит свою тематическую направленность в зависимость от типа кухни: охотничья, спортивная, домашняя и другие. Предприятие без явно прослеживаемой тематики рискует остаться незамеченным на фоне многообразия конкурентов. Основная ошибка инвесторов, пришедших на ресторанный рынок из других сфер бизнеса, - ставка на ту кухню, которую знают и понимают. Однако этого недостаточно. Многие инвесторы недооценивают сложность рынка общественного питания. Для того чтобы ресторан начал приносить прибыль, необходимо построение грамотной маркетинговой политики, нацеленной на привлечение и удержание целевой аудитории. Поэтому следует заранее проинформировать население об открытии заведения, а затем поддерживать постоянный интерес к нему, как привлекая новых посетителей, так и формируя лояльность старых. Если же речь идет о принципиально новой специализации ресторана (особенно с экзотической

кухней), следует в обязательном порядке адаптировать кухню для российских потребителей с учетом их вкусов при поддержании постоянного наличия доступных для приготовления блюд продуктов. Как только проходит апогей моды на какой-либо ресторан с необычной кухней (это занимает примерно около года при отсутствии мощной рекламы), либо наступает период стабильности при условии принятия предлагаемой кухни, либо ресторан вынужден искать новые направления в меню и вкусах, чтобы сохранить привлекательность.

В настоящее время на рынке недостаточно ресторанов для клиентов среднего класса со средним чеком 500 – 1000 рублей. Сейчас эта ниша развивается за счет открытия демократичных заведений - кафе, кофеен и ресторанов фаст-фуд. Значительную долю среди открывающихся ресторанов занимают японские суши-бары. Именно поэтому на рынке происходит постепенный перенос инвестиционной активности из ниши дорогих ресторанов в сегмент ресторанов и кафе средней ценовой категории, а также фаст-фудов.

Для предприятий общественного питания большое значение имеет наличие так называемого «якоря», обеспечивающего постоянный поток клиентов, поскольку в основном конкуренция среди рестораторов идет за месторасположение, являющееся в данном бизнесе одним из ключевых конкурентных преимуществ. Наиболее престижны и выгодны центральные районы. Именно поэтому большая часть ресторанов расположена в центральных районах именно в них, что объясняется привлекательностью центра города для времяпрепровождения жителей и гостей города. Именно поэтому подавляющее количество потенциальных инвесторов хотят иметь ресторан в центре города. Для предприятий фаст-фуда и демократичных кафе наиболее выгодным является расположение возле вокзала или на пересечении крупных транспортных магистралей. Однако, уровень затрат и конкуренция в условиях центра, являются более высокими, чем в других районах.

Рестораны в центре Читы, как правило, открываются в уже существующих помещениях, в основном на цокольных этажах и в подвалах жилых домов, хотя заведения, претендующие на высокий ценовой уровень, обычно избегают подобных мест. Отмечается довольно высокий спрос на помещения в нежилых домах, поскольку размещение в них предприятий общепита сопряжено с меньшими трудностями, нет опасности возникновения конфликта с жильцами. Дефицит усиливается еще и за счет того, что к помещениям для таких заведений предъявляют много технических требований.

Постоянные затраты на содержание ресторана в среднем на 30-40% состоят из арендной платы за помещение. Разброс ставок на рынке аренды ресторанной недвижимости очень велик. Почти половина инвесторов требуют, чтобы в предлагаемом им для размещения ресторана помещении раньше не было предприятий общественного питания, поскольку переломить репутацию предшественника порой очень нелегко. По свидетельству специалистов, должно пройти не меньше 2-3 лет, чтобы имидж заведения можно было создавать с чистого листа. Кроме того, многие рестораторы подыскивают помещения исходя из уже существующей концепции будущего заведения, предъявляя определенные требования по метражу, форме зала и высоте потолков.

Успех работы ресторана в огромной степени зависит от директора (управляющего), от его способностей управлять персоналом, договариваться с поставщиками, умения планировать затраты и вовремя принимать правильное решение по стратегическому управлению рестораном, также значительную роль играют личностные качества руководителя ресторатора. Некоторые хозяева ресторанов теряют прибыльный ресторан, только из-за того, что не смогли правильно оценить своего директора, наладить с ним человеческие отношения, показать свою заинтересованность в успехах «своего ресторанного директора». Притом, что обязанности директора крупного ресторана и директора небольшого кафе-терия практически мало отличаются.

Кроме того, следует уделить большое внимание кадровой политике в отношении обслуживающего персонала. По экспертным оценкам, 40% читинских официантов и барменов меняют работу хотя бы раз в год. Это происходит из-за их неудовлетворенности зарплатой и условиями труда. Именно поэтому следует формировать лояльность не только посетителей, но персонала, являющегося важным стратегическим потенциалом любого заведения общественного питания.

Таким образом, резюмируя ситуацию на рынке общественного питания города Читы, можно с уверенностью утверждать - развитие идет высокими темпами, рынок еще не насыщен и на нем есть еще достаточно места для большого количества игроков, однако успех в конкурентной борьбе во многом зависит от месторасположения, ценовой политики, концепции и высококвалифицированного персонала ресторана.

Библиографический список

1. **Богатова Н. И.** Принципы эффективной организации // Ресторанные ведомости. – 2012. – №5.

УДК 346.51
ББК 67.99(2)92

Н. П. Степанов

***О РАЗДЕЛЕНИИ ВКЛАДОВ ИОННОГО ОСТОВА
И СВОБОДНЫХ НОСИТЕЛЕЙ ЗАРЯДА
В МАГНИТНУЮ ВОСПРИИМЧИВОСТЬ
АНИЗОТРОПНОГО ПОЛУПРОВОДНИКОВОГО
КРИСТАЛЛА***

Как показывает обзор исследований магнитных свойств диамагнитных полупроводников, интерпретация результатов эксперимента связана с необходимостью разделения вкладов в общую магнитную восприимчивость χ ионного остова χ^G и свободных носителей заряда χ^{eh} [1- 3]. Наибольший интерес представляет магнитная восприимчивость свободных носителей заряда, которая зависит от их концентрации, эффективной массы, вида энергетического спектра и целого ряда других факторов. Разработка методики, которая позволила бы приблизиться, к решению этой задачи, является целью данной работы.

Полная магнитная восприимчивость полупроводникового кристалла χ , в общем случае, имеет вид:

$$\chi = \chi^G + \chi^d + \chi^{eh}, \quad (1)$$

где χ^d – восприимчивость дефектов кристаллической решетки [4]. При исследовании магнитной восприимчивости полупроводниковых кристаллов высокой степени совершенства, величиной χ^d можно пренебречь и считать, что χ определяется, в основном, вкладами χ^G и χ^{eh} , которые могут быть сопоставимы по величине. Таким образом, существует необходимость решения задачи по их разделению. Один из

подходов к решению этой задачи основан на том, что обычно в полупроводниках при низких температурах концентрация свободных носителей заряда существенно уменьшается. Авторами работы [5] при описании магнитной восприимчивости полупроводников было показано, что при температуре 2 К вклад свободных носителей заряда χ^{eh} оказывается пренебрежимо мал, и экспериментально наблюдаемое значение χ всецело определяется χ^G . Описанный подход определения χ^G , известный как метод Буша-Моозера, хорошо зарекомендовал себя в классических полупроводниках. Однако, в кристаллах узкозонных полупроводников или полуметаллов, в которых за счет нарушения стехиометрии и примесей, энергетические уровни которых сливаются с валентной зоной или зоной проводимости, концентрация свободных носителей заряда даже при температурах 2 К может составлять $\sim 10^{19} \text{ см}^{-3}$, существует необходимость учета их влияния на общую магнитную восприимчивость. В частности, это характерно для анизотропных кристаллов $\text{Bi}_2\text{Te}_3\text{-Sb}_2\text{Te}_3$, физические свойства которых достаточно хорошо изучены, например, при помощи осцилляционных методов определены эффективные массы свободных носителей заряда m_{\parallel}^* и m_{\perp}^* [6]. Далее везде нижние индексы указывают на то, что величина определена при ориентации вектора напряженности магнитного поля H параллельно или перпендикулярно тригональной оси кристалла C_3 соответственно. При детальном рассмотрении выяснилось, что знание анизотропии эффективных масс свободных носителей заряда можно использовать для выделения изотропного вклада ионного остова χ^G , а, следовательно, для решения задачи разделения вкладов χ^G и χ^{eh} . С этой целью необходимо использовать выражение вида

$$\chi_{\parallel} / \chi_{\perp} = (\chi_{\parallel}^{eh} + \chi^G) / (\chi_{\perp}^{eh} + \chi^G), \quad (2)$$

в котором χ_{\parallel} и χ_{\perp} - экспериментальные данные о величине магнитной восприимчивости, а χ_{\parallel}^{eh} и χ_{\perp}^{eh} - магнитная восприимчивость свободных носителей заряда, которая определяется значениями эффективных масс m_{\parallel}^* и m_{\perp}^* , известных из экс-

перимента. Действительно, магнитная восприимчивость свободных носителей заряда χ^{eh} состоит из двух вкладов:

$$\chi^{eh} = \chi^P + \chi^{LP}, \quad (3)$$

где χ^P – парамагнитный вклад Паули, а χ^{LP} – диамагнитный вклад Ландау-Пайерлса [4]. В случае сильного вырождения парамагнитная составляющая имеет вид:

$$\chi^P = \sqrt[3]{\frac{3}{\pi^4}} \frac{\mu_B^2 m^* \sqrt[3]{n}}{\hbar^2} \left[1 - \frac{\pi^2}{12} \left(\frac{k_0 T}{\zeta_0} \right)^2 \right] \quad (4)$$

Здесь $\hbar = 1,055 \cdot 10^{-27}$ Эрг*с – постоянная Планка, m^* и n – эффективная масса и концентрация свободных носителей заряда, ζ_0 – энергия химического потенциала. Диамагнитная восприимчивость сильно вырожденного электронного газа имеет вид:

$$\chi^{LP} = -\frac{1}{3} \sqrt[3]{\frac{3}{\pi^4}} \frac{\mu_B^2 m_0^2 \sqrt[3]{n}}{m^* \hbar^2} \left[1 - \frac{\pi^2}{12} \left(\frac{k_0 T}{\zeta_0} \right)^2 \right], \quad (5)$$

где m_0 – масса свободного электрона. Таким образом, абсолютная величина диамагнитной восприимчивости в $\frac{1}{3} \left(\frac{m_0}{m^*} \right)^2$ раз больше парамагнитной восприимчивости, причем это соотношение сохраняется при любой степени вырождения электронного газа [4].

Суммарная восприимчивость изотропных носителей заряда находящихся в вырожденном состоянии будет определяться выражением

$$\chi^{eh} = \frac{3^{1/3}}{\pi^{4/3}} * \frac{\mu_B^2 m^* n^{1/3}}{\hbar^2} \left(1 - \frac{1}{3} \left(\frac{m_0}{m^*} \right)^2 \right). \quad (6)$$

Из выражения (6) следует, что в анизотропных материалах расчёт значения χ^{eh} должен выполняться с учетом анизотропии эффективных масс. В связи с чем, выражение (6) должно быть изменено. В работе [7] показано, что магнитный отклик анизотропного монокристалла, находящегося в вырожденном состоянии, может быть рассчитан в соответствии с выражениями:

$$\chi_{\perp}^{eh} = \frac{3^{1/3}}{\pi^{4/3}} * \frac{\mu_B^2 m_{\perp}^* n^{1/3}}{\hbar^2} \left(1 - \frac{1}{3} \left(\frac{m_0^2}{m_{\perp}^* m_{\parallel}^*} \right) \right), \quad (7)$$

$$\chi_{\parallel}^{eh} = \frac{3^{1/3}}{\pi^{4/3}} * \frac{\mu_B^2 m_{\parallel}^* n^{1/3}}{\hbar^2} \left(1 - \frac{1}{3} \left(\frac{m_0}{m_{\perp}^*} \right)^2 \right), \quad (8)$$

в которых фигурируют значения эффективных масс m_{\perp}^* и m_{\parallel}^* . В кристаллах твердых растворов $\text{Vi}_2\text{Te}_3\text{-Sb}_2\text{Te}_3$ они рассчитываются в рамках хорошо проверенной в ходе гальваномагнитных исследований шестиэллипсоидальной модели Дрэббл-Вольфа [8] следующим образом:

$$\frac{1}{m_{\parallel}^*} = \frac{\alpha_{33}}{m_0}, \quad \frac{1}{m_{\perp}^*} = \frac{1}{2m_0} (\alpha_{11} + \alpha_{22}), \quad (9)$$

где $\alpha_{11} = c^2 \alpha_1 + s^2 \alpha_3$; $\alpha_{22} = \alpha_2$; $\alpha_{33} = s^2 \alpha_1 + c^2 \alpha_3$, $c = \cos(\nu)$, $s = \sin(\nu)$, а ν – угол наклона эллипсоида. Подстановка компонент тензора эффективных масс для Vi_2Te_3 $1/\alpha_1 = m_0/m_1 = 0.43$; $1/\alpha_2 = m_0/m_2 = 0.048$; $1/\alpha_3 = m_0/m_3 = 0.19$ в выражение (9) позволяет получить $m_{\perp}^* = 0.09m_0$, $m_{\parallel}^* = 0.22m_0$. В кристаллах твердых растворов $\text{Vi}_2\text{Te}_3\text{-Sb}_2\text{Te}_3$ указанные массы могут незначительно изменяться, например, вследствие изменения угла наклона эллипсоидов. Подстановка эффективных масс восприимчивости в выражения (8) и (9) позволяет оценить величину анизотропии $\chi_{\parallel}^{eh}/\chi_{\perp}^{eh} = 6.26$, которая оказывается намного больше величины анизотропии, наблюдающейся в ходе эксперимента, например, для кристалла $\text{Vi}_{1,8}\text{Sb}_{0,2}\text{Te}_3$ при 2 К $\chi_{\parallel}/\chi_{\perp} = 1.70$. Однако, если учесть, что на величину анизотропии $\chi_{\parallel}/\chi_{\perp}$, в соответствии с выражением $\chi_{\parallel}/\chi_{\perp} = (\chi_{\parallel}^{eh} + \chi^G)/(\chi_{\perp}^{eh} + \chi^G)$, будет существенно влиять χ^G , то тогда подстановка значений $m_{\perp}^* = 0.09m_0$, $m_{\parallel}^* = 0.22m_0$ в выражения (8) и (9), а также использование значения $\chi^G = -0.35 \cdot 10^{-6} \text{ см}^3/\text{Г}$ позволяет получить наблюдаемую при температуре 2К анизотропию магнитной восприимчивости кристалла $\text{Vi}_{1,8}\text{Sb}_{0,2}\text{Te}_3$, $\chi_{\parallel}/\chi_{\perp} = 1.70$ [9]. Это

позволяет утверждать, что восприимчивость ионного остова данного кристалла $\chi^G = -0.35 \cdot 10^{-6} \text{ см}^3/\text{Г}$.

Полученное значение целесообразно сопоставить с оценками величины магнитной восприимчивости ионного остова в рамках подходов Лармора и Ван Флека, которые можно описать выражением:

$$\chi_{mol}^G = -\frac{N_0 e^2}{6m_0 c^2} \sum_{i=1}^Z \langle r_i^2 \rangle + 2N_0 \sum_s \frac{|\langle s | \mu_z | 0 \rangle|^2}{E_s - E_0}, \quad (10)$$

где N_0 – число Авогадро, e – заряд электрона, r_i – расстояние между электроном и ядром, Z – количество электронов в молекуле, c – скорость света, $\langle s | \mu_z | 0 \rangle$ – матричный элемент z -компоненты орбитального магнитного момента для основного (0) и возбужденного (s) состояний, $E_s - E_0$ – разность энергий этих состояний. Первое слагаемое в выражении (10) учитывает классический ларморовский диамагнетизм. Второе слагаемое учитывает поляризационный парамагнетизм Ван Флека. Следует отметить, что парамагнетизм Ван Флека ионных остовов, как правило, очень мал. Это обстоятельство использовали авторы работы [10] в ходе анализа результатов исследования магнитной восприимчивости поликристаллов Bi_2Te_3 и Sb_2Te_3 , которые установили, что при температуре 2 К в Bi_2Te_3 $\chi = -0.402 \cdot 10^{-6} \text{ см}^3/\text{Г}$, а в Sb_2Te_3 $\chi = -0.398 \cdot 10^{-6} \text{ см}^3/\text{Г}$. Таким образом, можно констатировать факт близости оценок восприимчивости ионного остова χ^G , полученных двумя независимыми способами. Этот результат позволяет говорить о возможности использования предлагаемого метода для выделения вклада ионного остова χ^G в магнитную восприимчивость анизотропного кристалла.

Библиографический список

1. **Bowers, R.** Magnetic susceptibility of germanium / R. Bowers // *Phys.Rev.* – 1957. – V. 108. – No 3. – P. 683-689.
2. **Dunkan, W.** Electron spin resonance in n-type GaAs / W. Dunkan, E.E. Schneider // *Phys.Lett.* – 1963. – V. 7. – No 1. – P. 23-24.

3. **Квятковский, О. Е.** Определение критических точек зонного спектра по концентрационным и температурным зависимостям магнитной восприимчивости в слабом магнитном поле / О.Е. Квятковский // ФТТ. – 1990. – Т. 32. – № 9. С. 2533-2542.

4. **Ансельм, А. И.** Введение в физику полупроводников / А.И. Ансельм – М.: Наука, 1978. – 616 С.

5. **Busch, O.** Magnetic susceptibility of firm solutions / O. Busch, E. Mooser // Helv. Phys. Acta. – 1953. – №.26. – P. 611-614.

6. **Маслюк, В. Т.** Магнитное квантование в слоистых кристаллах / В.Т. Маслюк, Д.М. Берча // – ФНТ. – 1977. – Т. 3. – №8. – с. 1025-1035.

7. **Заячковский, М. П.** Влияние эффектов слоистости на магнитную восприимчивость кристаллов BiTeJ / М.П. Заячковский, Д.М. Берча, Н.Ф. Заячковская // – УФЖ. – 1978. – Т. 23. – №7. – с. 1119-1124.

8. **J.R. Drabble, R. Wolfe.** Proc. Phys. Soc. 69B, 1101 (1956).

9. **Степанов, Н. П.** Магнитная восприимчивость твердых растворов $(\text{Bi}_{2-x}\text{Sb}_x)_2\text{Te}_3$ ($0 < x < 1$) в диапазоне температур от 2 до 50 К / Н.П. Степанов, В.Ю. Наливкин, Г.А. Потапов // ФТП. – 2012. Т. – 46. – № 1. – С.24-31.

10. **Matyas, M.** The susceptibility of selenides and tellurides of heavy elements / M. Matyas // Czechosl. J.Phys. – 1958. – N. 8. – p. 309 – 314.

УДК 346.52
ББК 67.99(2)3

Л. Э. Степанова

***ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНЫХ
ИНТЕРЕСОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ МАТЕМАТИКЕ***

Сегодня проблема познавательного интереса – одна из важных и необходимых в процессе обучения и воспитания. Каждый педагог знает, что от умения пробудить интерес к своему предмету во многом зависит успех не только урока, но и всего процесса изучения данной дисциплины.

Познавательный интерес – избирательная направленность личности на предметы и явления окружающей действительности. Эта направленность характеризуется постоянным стремлением к познанию, к новым, более полным и глубоким знаниям. Систематически укрепляясь и развиваясь, познавательный интерес становится основой положительного отношения к учению.

Познавательный интерес носит поисковый характер. Под его влиянием у человека постоянно возникают вопросы, ответы на которые он сам постоянно и активно ищет. При этом поисковая деятельность совершается с увлечением, сопровождается эмоциональным подъёмом.

Познавательный интерес положительно влияет не только на процесс и результат деятельности, но и на протекание психических процессов – мышления, воображения, памяти, внимания, которые под влиянием познавательного интереса приобретают особую активность и направленность. Познавательный интерес является эффективным мотивом самообразования в силу своих побудительных свойств.

Одним из необходимых условий формирования познавательного интереса является максимальная опора на активную мыслительную деятельность учащихся. Главной почвой для развития познавательных сил и возможностей учащихся, так и для развития подлинно познавательного интереса, являются ситуации решения познавательных задач, ситуации активного поиска, догадок, размышления, ситуации мыслительного напряжения, ситуации противоречивости суждений, столкновения различных позиций, в которых необходимо разобраться самому, принять решение, встать на определённую точку зрения.

Второе условие, обеспечивающее формирование познавательных интересов и личности в целом, состоит в том, чтобы вести учебный процесс на оптимальном уровне развития учащихся. Путь обобщений, отыскание закономерностей, которым подчиняются видимые процессы и явления, - это путь, который в освещении множества вопросов и разделов науки способствует более высокому уровню обучения и усвоения, так как опирается на максимальный уровень развития учащегося. Именно это условие и обеспечивает укрепление и углубление познавательного интереса на основе того, что обучение систематически и оптимально совершенствует деятельность познания, её способов, её умений. В реальном процессе обучения учителю приходится иметь дело с тем, чтобы постоянно обучать учащихся множеству умений и навыков: не только предметных, но и общих, которыми ученик может руководствоваться вне зависимости от содержания образования. Такие, например, как умение работать с книгой, анализировать и обобщать, умение систематизировать учебный материал, выделять главное, основное, логически строить ответ, приводить доказательства и т.д. Эти обобщённые умения и составляют те способы познавательной деятельности, которые позволяют легко, мобильно в различных условиях пользоваться знаниями и за счет прежних приобретать новые.

Эмоциональная атмосфера обучения, положительный эмоциональный тонус учебного процесса – третье важное ус-

ловие. Благополучная атмосфера учения приносит ученику те переживания, о которых Д. И. Писарев говорил, что каждому человеку свойственно желание быть умнее, лучше и догадливей. Именно это стремление ученика подняться над тем, что уже достигнуто, утверждает чувство собственного достоинства, приносит ему при успешной деятельности глубочайшее удовлетворение, хорошее настроение, при котором работается скорее, быстрее и продуктивнее. И четвертое важное условие, обеспечивающее благотворное влияние на интерес и на личность в целом – благоприятное общение в учебном процессе.

Познавательный интерес, как и всякая черта личности и мотив деятельности обучающегося, развивается и формируется в деятельности, и прежде всего в учении.

Формирование познавательных интересов учащихся в обучении может происходить по двум основным каналам: с одной стороны само содержание учебных предметов содержит в себе эту возможность, а с другой – путем определенной организации познавательной деятельности учащихся.

Первое, что является предметом познавательного интереса для учащихся – это новые знания о мире. Вот почему глубоко продуманный отбор содержания учебного материала, показ богатства, заключенного в научных знаниях, являются важнейшим звеном формирования интереса к учению.

Каковы же пути осуществления этой задачи?

Прежде всего, интерес возбуждает и подкрепляет такой учебный материал, который является для учащихся новым, неизвестным, поражает их воображение, заставляет удивляться. Удивление – сильный стимул познания, его первичный элемент. Удивляясь, человек как бы стремится заглянуть вперед. Он находится в ожидании чего-то нового.

Ученики испытывают удивление, когда составляя и решая задачи с практическим содержанием, узнают, например, что одна сова за год уничтожает тысячу мышей, которые за год способны истребить тонну зерна, и что сова, живя в среднем 50 лет, сохраняет нам 50 тонн хлеба.

Но познавательный интерес к учебному материалу не может поддерживаться все время только яркими фактами, а его привлекательность невозможно сводить к удивляющему и поражающему воображение. Еще К.Д. Ушинский писал о том, что предмет, для того чтобы стать интересным, должен быть лишь отчасти нов, а отчасти знаком. Новое и неожиданное всегда в учебном материале выступает на фоне уже известного, знакомого. Вот почему для поддержания познавательного интереса важно учить школьников умению в знакомом видеть новое.

Такое преподавание приводит к осознанию того, что у обыденных, повторяющихся явлений окружающего мира множество удивительных сторон, о которых он сможет узнать на уроках математики. Например, какие замечательные кривые (циклоида, кардиоида, астроида и др.) могут получаться, при рассмотрении траектории точки при движении простого колеса.

Все значительные явления жизни, ставшие обычными для человека, в силу их повторяемости, могут и должны приобрести для него в обучении неожиданно новое, полное смысла, совсем иное звучание. И это обязательно станет стимулом интереса ученика к познанию.

Именно поэтому учителю необходимо переводить учащихся со ступени чисто житейских, достаточно узких и бедных представлений о мире на уровень научных понятий, обобщений, понимания закономерностей. Так, используя понятие дифференциального уравнения, можно обобщить различные виды механического движения. Рассмотрим пример движения материальной точки массы m по оси ox под действием силы F . Если записать ускорение как вторую производную от перемещения по времени, то второй закон Ньютона $F=ma$ можно записать в виде дифференциального уравнения: $m\ddot{x}=F$. Это уравнение называют уравнением механического движения, оно обобщает различные виды движения, в зависимости от действующей силы:

1. Сила постоянная: $F = \text{const}$. Уравнение $x'' = F/m = a$ описывает равноускоренное движение.

2. Сила периодически меняется со временем, например, по закону $F = A \sin \omega t$. Получим уравнение колебательного движения: $x'' = A/m \times \sin \omega t$.

3. Сила пропорциональна смещению: $F = -kx$ ($k > 0$). Уравнение $x'' = -\frac{k}{m}x$ задает движение идеально упругой пружины.

4. Свободный радиальный космический полет описывается уравнением $x'' = -\frac{k}{x^2}$. На точку действует сила, обратно пропорциональная квадрату расстояния.

5. Падение с трением: на точку действует сила тяжести и сила трения, пропорциональная скорости движения точки. Уравнение движения примет вид $x'' = -g - \frac{k}{m}x$.

Интересу к познанию содействует также показ новейших достижений науки. Сейчас, больше чем когда-либо, необходимо расширять рамки программ, знакомить студентов с основными направлениями научных поисков, открытиями.

Однако, далеко не все в учебном материале, особенно в математике, может быть для учащихся интересно. И тогда выступает ещё один, не менее важный источник познавательного интереса – сам процесс деятельности. Чтобы возбудить желание учиться, нужно развивать потребность ученика заниматься познавательной деятельностью, а это значит, что в самом процессе её учащийся должен находить привлекательные стороны, чтобы сам процесс учения содержал в себе положительные заряды интереса.

Видный знаток искусства общения с людьми Д. Карнеги утверждает: на свете есть только один способ побудить людей что-то сделать, и заключается он в том, чтобы заставить **захотеть** это сделать. Драматизируйте свои идеи, советует Д. Карнеги, подавайте их эффектно, ярко. Говорите о том, что интересует учащихся, ваша цель переориентировать интересы учеников на воспитание и дидактические цели; используйте намерения, которые возникают на основе потребности, поощряйте желание добиться признания, признавайте досто-

инства, одобряйте успехи, сделайте работу привлекательной; дайте обучаемому шанс, обращайтесь к самолюбию, показывайте достижения, хвалите.

Ученику должно быть интересно на уроке, т. к. "интерес" – это синоним учебной мотивации. Интерес у обучаемого можно сформировать через самостоятельность и активность, через поисковую деятельность на уроке и дома, создание проблемной ситуации, разнообразие методов обучения и пр.

В процессе обучения математике познавательный интерес можно развивать, применяя математические софизмы. Софизмы – это правдоподобные рассуждения, приводящие к ошибочным утверждениям. Для развития познавательной деятельности математические софизмы можно применять

-) на уроках, для создания проблемных ситуаций, для пробуждения интереса к предмету;
-) в домашних заданиях, для более осмысленного понимания материала (найти ошибку в рассуждениях, составить свой софизм);
-) при проведении математических соревнований, для разнообразия форм обучения;
-) в кружковой работе, на факультативных занятиях;
-) при выполнении творческих, исследовательских работ.

Математические софизмы в зависимости от содержания и "прячущейся" в них ошибки можно применять с различными целями на занятиях по математике. Например, такие софизмы как

1) Всякое число равно своему удвоенному значению

Запишем очевидное для любого числа a тождество:

$$a^2 - a^2 = a^2 - a^2.$$

В левой части равенства вынесем a за скобку, а правую часть разложим на множители по формуле разности квадратов: $a(a - a) = (a - a)(a + a)$.

Разделив обе части на общий множитель $a - a$, получим $a = a + a$, или $a = 2a$.

Итак, всякое число равно своему удвоенному значению.

2) Все числа равны между собой.

Возьмём два произвольных неравных между собой числа a и b и запишем для них очевидное равенство

$$a^2 - 2ab + b^2 = b^2 - 2ab + a^2.$$

Согласно формулам сокращённого умножения, слева и справа стоят полные квадраты, т.е. можем записать

$$(a - b)^2 = (b - a)^2.$$

Извлекая из обеих частей последнего равенства квадратный корень, получим $a - b = b - a$, или $2a = 2b$,

или окончательно $a = b$.

могут быть использованы и для повышения интереса, и для закрепления формул сокращенного умножения, свойств квадратного корня, и для создания проблемной ситуации при изучении свойств корней, абсолютной величины числа и т.п.

Мастерство учителя возбуждать, укреплять и развивать познавательный интерес и познавательную деятельность учащихся в процессе обучения состоит в умении сделать содержание своего предмета богатым, глубоким, привлекательным, а способы познавательной деятельности учащихся разнообразными, творческими, продуктивными.

Библиографический список

1. **Абасов З. А.** Педагогические технологии и инновации в учебной деятельности школьников. // Школьные технологии. - 2002 - №5 - с. 56-61.

2. **Загвязинский В. И.** Теория обучения. Современная интерпретация. Уч. пособие. – М.: «Академия», 2001., 178 с.

3. **Карнеги Д.** Учебник жизни: сочинения / перевод с англ. З. Вольской, Ю. Семёнова. - М.: Эксмо, 2003. – 719 с.

УДК 620.22
ББК 65.9(2)421.52

Е. Г. Швец

***РОССИЯ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ
(ИЗ ИСТОРИИ ВОПРОСА)***

В статье рассматриваются последствия экономических санкций и внешнеполитического давления на Россию со стороны западных стран в историческом аспекте. Показаны возможные пути выхода российской экономики из кризиса в условиях санкционного режима.

Изоляция России от западного мира стремительно продолжается. Нам не дают денег, перестали продавать современные станки и оборудование. Но ничего нового в этом нет. В истории человечества санкции вводились неоднократно: и законные и незаконные. Как правило, ни к чему хорошему они не приводили. Санкции – всегда обоюдоострая история. И тот, кто их первым вводит тот в итоге делает себе плохо, создает проблемы для себя.

Что касается России, то известно что она не в первый раз за свою историю подвергается санкционным ограничениям или сама была вынуждена присоединиться к санкциям в силу определенных причин.

В частности можно вспомнить что в 1807 году царская Россия была вынуждена подписать с Наполеоном Тильзитский договор и тем самым присоединиться к континентальной блокаде Англии, главного конкурента Франции.

Континентальная блокада – торговая блокада Англии, объявленная Наполеоном I в 1806 году. Все союзные и подвластные Франции государства, а так же Россия по Тильзитскому договору должны были к ней присоединиться. Фран-

ция таким образом заставила Россию отказаться от торговли с Англией. Это нанесло заметный ущерб экономике России, поскольку она теряла ёмкий английский рынок, куда русские помещики вывозили свою сельскохозяйственную продукцию и от туда в страну поступала продукция промышленного производства. В результате блокады цены на колониальные товары (сахар, чай) заметно выросли.

Континентальная блокада в итоге не привела к поставленной цели – не сделала Францию более развитой страной, чем Англия. Она была отменена после разгрома Наполеона (1814 г.)

Вместе с тем континентальная блокада способствовала промышленному подъему в России. Правительство Александра I было вынуждено опираться на национальную буржуазию, купечество и промышленников в осуществлении экономической политике.

Серьезными экономическими и политическими издержками для царской России обернулись поражения в Крымской (1853-1856) и русско-японской (1904-1905) войнах.

Несмотря на героизм проявленный русскими солдатами и матросами в Крымской войне. Россия оказалась плохо подготовленной к военным действиям. Русская миллионная армия не смогла победить 70-тысячное войско союзников (англичане, французы, турки).

Россия была вынуждена подписать в 1856 году в Париже унижительный договор. По этому договору Россия лишилась многих территорий, ей было запрещено иметь корабли, арсеналы и военные крепости на Черном море, было подорвано её влияние на Кавказе, Балканах, Ближнем Востоке. Россия оказалась в серьезной дипломатической изоляции. Поражение России, обусловленное её военной и экономической отсталостью, подтолкнуло правительство к началу преобразований, осуществленных в ходе реформ 1860-70-х годов Александром II.

На рубеже веков обострились отношения между царской Россией и Японией по поводу дальневосточной политики.

Объектом столкновения стали Китай, Корея, Манчжурия. Японию тайно поддерживали США и Англия, которые были незаинтересованы в усилении позиций России на Дальнем Востоке. Кроме того Николай II рассчитывал с помощью «маленькой победоносной войны» сбить революционную волну в стране. В декабре 1903 года Япония предъявила ультиматум России по поводу её присутствия в Манчжурии и потребовала вывода русских войск с этой территории.

В январе 1904 году началась война к которой Россия в очередной раз оказалась неготовой и потерпела позорное поражение. В результате в мае 1905 года Россия была вынуждена согласиться на мирные переговоры с Японией при посредничестве президента США Т. Рузвельта. Никто из приближенных Николая II не хотел ехать на трудные и унижительные переговоры в Портсмуте (США). Российскую делегацию было поручено возглавить С. Витте, который показал себя успешным дипломатом и сумел в условиях безнадежно проигранной войны выйти с минимальными потерями. Тем не менее по мирному договору Россия потеряла сферы влияния в Китае и Кореи. Россия уступала Японии Южный Сахалин и права на Ляодунский полуостров с городами Порт – Артур и Дальний. Стороны обязались одновременно вывести войска из Манчжурии. КВЖД от Порт – Артура до Харбина поступала в аренду Японии. Россия должна была оплатить Японии стоимость содержания русских военнопленных. В период русско – японского конфликта резко упало производство во многих отраслях, кроме военно-промышленного комплекса (ВПК), выросли цены на товары массового производства. Государственные расходы на войну составили 3 млрд. рублей. Людские потери составили 270 тыс. человек, из них 50 тыс. человек погибших. Так народ расплачивался за авантюризм царского правительства. В конечном итоге все это ускорило начало революции 1905-1907 годов в России. Портсмутский мирный договор потерял свою силу после капитуляции Японии во II мировой войне.

После Октябрьской революции Советская Россия постоянно была вынуждена сталкиваться с санкциями и ограничениями.

Первая международная изоляция Советской Республики, существовала в период с 1918 по 1933 год. Ситуация была очень тяжелой для молодого государства. Как известно Советская Россия вышла из I мировой войны заключив 3 марта 1918 года в Бресте сепаратный мирный договор с Германией, Австро – Венгрией, Болгарией и Турцией. Германская сторона выступила с позиции силы и диктовала условия, предлагавшие аннексию и контрибуцию. Руководство Советской России было вынуждено пойти на заключение Брестского мира, чтобы сохранить власть. В результате этого унижительно-го мирного договора Германия аннексировала Польшу, Прибалтику, часть Белоруссии и Закавказья, получила контрибуцию в 6 млрд. марок. Лишь после поражения Германии в I мировой войне и начале Ноябрьской революции 1918 года в стране договор был аннулирован советским правительством (13 ноября 1918 года).

США и другие западные страны усиленно помогали нашему потенциальному противнику – Германии восстановить разрушенную I мировой войной и обескровленную репарациями экономику. Берлин получил в виде кредитов и капиталовложений не менее 30 млрд. долларов – огромные по тем временам деньги. Россия не получила ничего.

Лишь в 1933 году США установили с СССР дипломатические отношения в эпоху президента Рузвельта. Экономика США вплотную столкнулась с мировым экономическим кризисом. Великая депрессия США за 2 дня оставила на улице без средств к существованию миллионы людей. Все мгновенно обесценилось. Главной ценностью стали продукты питания. В этих условиях Москва с радостью воспользовалась этим фактом и приняла тысячи оставшихся без работы американских инженеров для проведения индустриализации в стране. Планы кардинальных преобразований российской экономики были разработаны ещё царскими чиновниками в

дореволюционный период. Все было прописано, рассчитано, задокументировано. Но осуществлять этот грандиозный план индустриализации страны осуществлять пришлось другим. План ГОЭЛРО начал осуществляться еще по инициативе В. И. Ленина в 1921 году.

Американские же специалисты сумели же спроектировать, помочь построить и запустить до 1941 года тракторные заводы в Челябинске и Харькове, автомобильные заводы в Москве и Горьком, станкостроительные заводы в Новосибирске и Калуге, тракторные станки в Нижнем Тагиле и Магнитогорске.

В Чикаго был построен крупнейший тракторный завод, который был разобран и перевезен в Сталинград. Через полгода он был запущен встрой.

Западные архитекторы и строители проектировали жилую застройку Сталинграда, Магнитогорска, Нижнего Тагила. Так большевики умело использовали мировой экономический кризис для модернизации и становления советской промышленности в преддверии Великой Отечественной войны.

Специалисты утверждают, что и сегодня когда мировая экономика топчется на месте, мы можем повторить данный опыт. Санкциями бизнес не остановить.

Вторая международная изоляция СССР а затем и РФ пришлось на период афганской войны 1979-1989 годов. Значительная часть советской экономики работала тогда на оборону. В стране ощущался острый дефицит продукции легкой промышленности и аграрного сектора и оказались в большой зависимости от Запада. Когда США в союзе с Саудовской Аравией договорились и сумели снизить цену на баррель нефти на мировом рынке до 9 долларов это привело к краху российской экономики.

Негативную роль сыграла и печально знаменитая поправка конгрессменов Г. Джексона и Ч. Вэника принятая в США в 1974 году. Поправка Джексона – Вэника содержится в «Законе о торговле» США. Она связывает продажу передовых технологий, предоставление кредитов, статуса наиболь-

шего благоприятствования странам, припятствующим свободному выезду своих граждан за рубеж. Поводом к принятию поправки послужила практика ограничения выезда лиц европейской национальности из СССР. Авторы поправки давно уже умерли, все желающие выехать из России это сделали а злополучный документ так и продолжал действовать вплоть до его отмены в 2012 году, как анахронизм американо – российских отношений периода холодной войны.

Сегодня РФ столкнулась уже с третьей международной изоляцией, связанной с возвращением в состав страны Крыма и событиями на юго – востоке Украины.

Западные страны, объявившие нам санкции должны помнить, что Россия в XX веке прошла через самые чудовищные санкции: Великую Отечественную войну. Россияне имеют особую генетическую закалку, которой не обладает никакая иная нация в мире: в трудную минуту забывать о личных обидах и разногласиях, собираться вокруг лидера страны. Не случайно российскую экономику называют «экономическим тараканом», который при полном отсутствии изящества обладает способностью выживать в самых разнообразных и сложных условиях. Конечно, запрет кредитования и падения цены на нефть на мировом рынке – меры, жесткие, но не смертельные. Вместе с тем войну на Украине необходимо остановить, сообщая найдя компромисс.

Вместе с тем западные санкции это результат точного и весьма тонкого расчета на несколько лет вперед. Запад методично просчитал все наши болевые точки, выработал свои оперативные и перспективные планы и теперь упорно и настойчиво воплощает их в жизнь. Расчитывать на скорую отметку санкций, увы, не приходится. Это всерьез и надолго. Как в свое время поправка Джексона - Вэника.

Поучительными для нас является опыт Китая, против которого были введены санкции после событий на площади Тяньаньмэнь в Пекине в 1989 году. Санкции были очень близкими тем, что введены против нас. Многим компаниям запретили торговать с КНР, банкам перекрыли кредиты на

Западе, американцы ввели эмбарго на поставки оружия и ограничили доступ к высоким технологиям. В тот период большинство членов Политбюро КПК выступали за то, чтобы начать мобилизацию китайской экономики. Однако китайский реформатор Дэн Сяопин настоял на том, чтобы ответить на санкции либерализацией.

Китай не отказался от своего курса, но и не отрезал себя от внешнего мира. Успешно проведя экономические реформы, опираясь на внутренние ресурсы Китай стал второй экономикой мира, а экономика Запада за это время сильно ослабела. США является основным должником КНР. В известной степени санкции Запада пошли на пользу КНР, сделали страну более богатой. Поднебесная заставила уважать себя, показала что она вполне может обойтись без западных передовых технологий (они просто берут и незаконно копируют лучшие западные аналоги). В результате Запад понял – Китай ничего не потерял, а вот он элементарно лишил себя дешевой одежды и электроники.

Кроме того, после 1989 года началось серьезное развитие в Китае отдельных регионов, (что актуально и для дотационного Забайкалья). 25 млн. человек остались без работы в результате западных санкций, однако правительство переправило трудовых мигрантов на юг страны, где полным ходом шло строительство специальных экономических зон Чжухай и Шэньчжень. В результате Китай сумел наладить собственное конкурентноспособное производство и в конечном итоге сумел разбогатеть на запретах Запада. Число бедняков в Китае за годы реформ уменьшилось с 25% населения до менее 2%. Даже ООН, отнюдь не балующая Пекин похвалами, называла это беспрецедентной победой над нищетой и современной истории.

Нам необходимо тщательно изучить опыт экономического развития Китая в условиях западных санкций.

Санкции заставили правительство РФ экстренно вводить программы импортозамещения. В частности, президент Путин потребовал в течении 2-3 лет запустить собственное про-

изводство продукции стратегического назначения. Импортозамещение – непростая и очень рискованная политика. Её целью должно быть увеличение эффективности экономики и рост производительности труда. Если же в результате импортозамещения вы получаете продукцию худшего качества и более дорогую, то это даст негативный эффект. Кроме того существует опасность, что если прекратиться приток западных технологий то страна рискует отстать от Европы и США на десятилетия.

Российская экономика подошла к границе своего потенциала: в ней задействованы все существующие мощности, низка безработица. Нужны специальные меры по повышению производительности труда. Необходимо улучшать предпринимательский климат для привлечения активных предпринимчивых людей. Требуется перенастроить всю систему управления экономикой с целью встать на более эффективный путь развития. Долгие годы в стране не проводились структурные реформы, которые заменялись пропагандистскими разговорами о переводе страны на «инновационные рельсы». Расплачивается за экономические просчеты властей население, которое сталкивается с ростом цен и тарифов, падением доходов, задержками зарплат в условиях санкций и падения мировых цен на нефть.

Российской экономике требуется серьезная перезагрузка. В качестве отраслей – локомотивов в которых мы обладаем заметным потенциалом и способны обеспечить достаточно быстрый рост могут выступить машиностроение, строительство, транспорт, сельское хозяйство. Не нужно сбрасывать со счетов и нефтегазовый сектор. Разгона экономики, по мнению экспертов ранее 2016 года ждать не приходится.

Библиографический список

1. Геллер М. Я. «История Российской империи» В 3т.- М.: «МИК», 1997.

2. **История мировой экономики**: учеб. пособие для вузов / под ред. Г. Б. Поляка, А. Н. Марковой. – М.: ЮНИТА-ДАНА, 2008.

3. **Колесниченко А.** За что наших быют. Есть ли логика в антироссийских шагах США и ЕС // Аргументы и факты. №45, 2014.

4. **Конотопов М. В., Сметанин С. И.** Экономическая история: Учебник-М.: «Дашков и К», 2006.

5. **Райзберг Б. А.** Словарь современных экономических терминов-М.: Айрис-пресс, 2008.

6. **Тимошина Т. М.** Экономическая история зарубежных стран: Учеб. пособие.-М.: Юридический Дом «Юстицинформ», 2000.

7. **Тимошина Т. М.** Экономическая история России: Учеб. пособие.-М.: Информационно-издательский Дом «Филинь», Юридический Дом «Юстицинформ», 1998.

© Шевелева Е. Б., 2014
© Хохлова Ю. Е., 2014

УДК 620.22
ББК 65.9(2)421.52

Е. Б. Шевелева
Ю. Е. Хохлова

***ИС В СОЧЕТАНИИ С ОБЛАЧНЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ
ДАЮТ УСПЕШНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО***

Любая организация требует правильной настройки всех винтиков и грамотного управления ими. Без применения современных средств информатизации невозможно нормально организовать все процессы на предприятии. Это шанс сдвинуться с мертвой точки и дать понять персоналу предприятия, что не грядет замена людей машинами и не следует опасаться исключения из организации. Людей никогда полностью машины не смогут заменить, наоборот, стимул персоналу идти в ногу со временем, осваивая новые технологии, помогающие провести автоматизацию частичной, а иногда и полной, механической «занудной» и однообразной работы, которая уже в подсознании доведена у большинства сотрудников предприятия до автоматизма и занимает большую часть времени, а на главные задачи не остается его совсем. В итоге сотрудники задерживаются в офисах допоздна чтобы доделать главные задачи, ведут образ жизни «совы», но усталость приходящая с «трудоголизмом» не проходит бесследно у персонала, иммунитет не выдерживает переутомления и мы теряем из колеи нужного и важного сотрудника именно в тот период, когда без него нельзя. Руководители только сейчас задумываться стали о комфорте своих подчиненных, когда пришли к выводу, что потери дальше так и будут и нужно что-то поменять.

Отсюда, руководителям необходимо организовать процесс так, чтобы персонал успевал в перерывах между рабо-

чими делами, выполнить свои домашние дела, подойти в офис не в строго отведенное регламентом время, а только в важное и нужное время и т.п. А для того чтобы такое себе мог позволить руководитель организации, он должен построить свою работу с коллективом очень мобильно. Для этого стоит использовать такое программное обеспечение, которое соответствует критериям: дешевое на момент приобретения, легко модифицируемое т.е. готовое к полной (частичной) доработке по уточненной специфике предприятия, настолько современное, что сможет быть не просто еще одной не нужной вещью, несущей дополнительный пласт работы свисающий на коллектив дополнительно, но станет неотъемлемой частью жизни персонала на предприятии, которое позволит избавиться от рутины будничных офисных посиделок допоздна и позволит сотруднику будучи даже на отдыхе за границей в случае форс-мажора подключиться и сделать работу, а затем снова вернуться к отдыху.

Анализируя, известный портал hh.ru в 2014 году, 63% работодателей, рискнули перейти на удаленное рабочее место сотрудников и не прогадали, ведь показатели работы сотрудников выросли в разы. Сейчас и всегда работодателю важно, чтобы каждый день его сотрудники выполняли вмененную им работу в срок, финансы и всевозможная отчетность сдавалась в указанное время и сотрудники были настолько мотивированы, чтобы без всяких повторных пинков, как привык наш русский человек, и напоминаний – их поручения выполнялись. Работодателю в помощь приходят всевозможные программы и программное обеспечение, позволяющее через минимально оборудованные интернет-каналы связи получать конфиденциальные e-mail, передавать защищенную отчетность в контролирующие органы, проверять и редактировать нужную информацию, и делать всё это на ходу. А ведь это возможно!

Сегодня все больше предприятий в России в качестве основной платформы применяют 1С: Предприятие. Разработчикам фирмы 1С удалось разработать платформу, позволяющую организовать работу через удаленный рабочий стол, тонкий и WEB - клиент, а всего-то и нужно доступ к интернету. Так появились программы 1С, работающие в облачных технологиях. Очень многие администраторы в отделах ИТ,

директора ИТ и другие специалисты считают, что будущее у нас за облачными технологиями или так называемым «облаком». Термин «облако» используется в обозначении этих технологий, как метафора, за которым от клиента скрывается сложная инфраструктура и все технические детали.

Работа в облаке создает удобство работы в офисе, дома, в командировке и на отдыхе - в любое время и в любом месте, с любого компьютера, подключенного к сети интернет, что повышает конкурентное преимущество, повысив мобильность. А еще это и самая надежная защита конфиденциальной информации от изъятия (базы данных физически отсутствуют на офисных машинах, поэтому их утечка даже при выходе из строя компьютеров и серверов компании полностью исключена).

Сейчас для предпринимателей существует достаточное количество конфигураций: 1С Предприниматель, 1С Отчетность предпринимателя, 1С Управление небольшой фирмой 8, 1С Управляющий и т.д. Все продукты могут функционировать в отдельности – и это их плюс, но могут и с помощью обработок обмениваться информацией, что позволяет быть гибким и рассчитывать свои затраты руководству предприятия по постепенному информационному освоению и внедрению в разных отделах предприятия.

Предприниматели стараются выбрать для себя наиболее удобное средство взаимодействия со своими клиентами, поставщиками и покупателями и даже с персоналом, т.е. при котором возможно использование смартфонов, планшетов или нетбуков, для этого достаточно снабдить их постоянной поддержкой интернета и разработать удобный интерфейс, как раз программы 1С, заточенные под эти новые технологии уже существуют и не нужно изобретать «велосипед». Программы 1С обладают компактным кодом, легкостью доработок, возможностью запуска своего удаленного рабочего стола с выходом в запретную зону доступа к данным предприятия, позволяют даже в регионах превращать свою работу в удовольствие, ведь ты не завязан на свое рабочее место, скорее твое рабочее место там, где ты. Управление в удовольствие, вот чего не хватает большинству организаций, от этого крупные организации увядают в старой давно изжившей себя, но якобы хорошо продуманной структуре организации процес-

сов предприятия. Поэтому в момент появления в дверях предприятия разработчиков фирмы 1С, когда решение о внедрении все-таки одобрено, для предприятия начинается полное безумие, идет надлом, полная реформация устоев предприятия и долгие рассуждения, иногда перерастающие во вполне нормальные конфликты. В этот момент, важно помнить всем сторонам, что данное внедрение необходимо. Однако страх предыдущих неудач, связанных с разного рода причинами, либо чаще всего с нелояльностью и неготовностью самого предприятия идти навстречу прогрессу и в каком-то роде творчеству – ведь каждое предприятие по-своему уникально и подход к каждому свой – готовит предприятия заведомо к неудаче в каждой из следующих попыток. Если данный этап пройден, то следующим этапом является момент определения и расставления приоритетов - за что беремся изначально и что будет далее, однако ни на каком этапе не упускать картину в целом, иначе внедрение может длиться вечно. Мелкие нюансы работы, которые есть на каждом предприятии и у каждого сотрудника в отдельности всегда присутствуют и требуют вмешательства, но вдаваться в детали стоит лишь тогда когда закончен будет основной каркас.

Экономическая целесообразность от внедрения на предприятии облачных технологий велика и позволяет судить, что минимум в 2 раза затраты окупаются спустя 1,5–2 года (об этом говорят несколько проведенных мною в качестве разработчика-внедренца на предприятиях г. Москвы), когда уже даже сотрудники не могут для себя понять, что самое сложное пройдено и теперь остались только "бантики" и приходит понимание, что в действительности, предыдущие их вечерние посиделки остались в прошлом, работа радует, прежде тянувшие рутинные дела удается выполнить быстро благодаря успешной автоматизации процессов, а самое главное появилось время для важных и срочных дел, а также появилось время на личную жизнь.

Окупаются первоначальные затраты на приобретение программ, годовое обслуживание технической поддержки и, конечно же, в офисе не будет надоедать своими рабочими вопросами по различного рода доработкам или уточнениям о текущей работе у персонала новый сотрудник, который обычно на этапе внедрения обязан присутствовать на терри-

тории заказчика и постоянно мониторить не только проводимые доработки сотрудниками фирмы 1С, но и консультировать сотрудников предприятия по возникающим вопросам. В случае с облачными технологиями, сотрудники находятся удаленно, что можно отметить и минусом внедрения, ведь когда ты погружаешься в тему с головой, то и знаешь её со всех сторон, а когда узнаешь поверхностно без возможности попробовать, то есть вероятность упустить что-либо важное. Хотя здесь всё зависит скорее от профессионализма разработчика.

Правильный выбор руководителем предприятия надежной программы 1С и подбор персонала с удобными условиями труда – вот залог успеха бизнеса, а облачные технологии в сочетании с энергией и энтузиазмом предпринимателя, безусловно, смогут привести к информационным инновациям и комплексному подходу и дать бизнесу достойное развитие.

Библиографический список

1. Облачные сервисы. Взгляд из России / под ред. Е. М. Гребнев, М., 2011г.
2. <http://ru.wikipedia.org/wiki>
3. <http://expert.ru/2014/09/03/doroga-v-oblaka/>
4. [http:// old.ibusiness.ru/companies/537754 /](http://old.ibusiness.ru/companies/537754/)
5. <http://www.aditum-soft.ru/news/1-news/191-vmware.html>

Сведения об авторах

- Антропов Р. В. зав. кафедрой конституционного и муниципального права ЗИП Сиб УПК
- Бахар Т. Д. ст. преподаватель кафедры экономики ЗИП СибУПК
- Белюсова Т. И. к.э.н., доцент кафедры экономики ЗИП СибУПК
- Герасимова О. Ю. ст. преподаватель кафедры экономики ЗИП Сиб УПК
- Гомбоев Л. Г. доцент кафедры прикладной информатики ЗИП сиб УПК
- Дондоков Т. Ц. к.ю.н., ст. преподаватель кафедры уголовного права и криминалистики ЗИП Сиб УПК
- Заборовская И. Г. к. ю. н., доцент кафедры гражданского права и процесса ЗИП СибУПК
- Калинин А. Г. к. тех. наук, доцент кафедры прикладной информатики ЗИП Сиб УПК
- Кузнецова Т. Н. к.э.н., доцент кафедры экономики ЗИП СибУПК
- Линева Н. А. доцент кафедры коммерческого товароведения ЗИП СибУПК
- Лупенко И. Ю. зав. кафедрой конституционного и муниципального права ЗабГУ
- Петрова Н. Е. к.э.н., доцент кафедры коммерческого товароведения ЗИП Сиб УПК
- Попова Е. М. к. пед. н., доцент кафедры коммерческого товароведения ЗИП Сиб УПК
- Рыжова Н. И. к.э.н., доцент социально-культурного сервиса и туризма ЗИП Сиб УПК
- Степанов Н. П. д. ф-м. н., профессор кафедры естественнонаучных дисциплин ЗИП Сиб УПК
- Степанова Л. Э. ст. преподаватель кафедры естественнонаучных дисциплин ЗИП Сиб УПК
- Швец Е. Г. к. и. н., доцент кафедры экономики ЗИП СибУПК

**НАУКА
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО**

**Сборник научных статей
преподавателей и аспирантов**

Выпуск 7

*Редактор
Верстка*

*Н. Ю. Слепова
Н. Ю. Слепова*

Подписано в печать 20.01.2015.

Бумага Business Xerox. Гарнитура Times New Roman.

Формат 60×84 ¹/₁₆. Усл. печ. л. 9,1. Тираж 500 экз. Заказ № 9826.

Отпечатано в типографии Забайкальского института предпринимательства

Сибирского университета потребительской кооперации

672086, г. Чита, ул. Ленинградская, 16.