


ISSN 2312-308

НАУЧНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

Meridian



**ВЫПУСК №7(10) 2017. МАТЕРИАЛЫ I ВСЕРОССИЙСКОЙ
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОЙ ЗАОЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ "СЕВЕР:
ЭКОНОМИКА, КУЛЬТУРА И ОБЩЕСТВО"**

ISSN 2312-3087

16+

**№7(10) 2017 Материалы I Всероссийской междисциплинарной заочной конференции
"Север: экономика, культура и общество"**

2020

Научный электронный журнал "Меридиан"

Электронное издание

Журнал включен в систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ)

Учредитель и издатель:

Редакция научного электронного журнала «Меридиан»

Главный редактор:

Жегусов Ю.И., кандидат социологических наук

Контакты редакции:

journalmeridian@gmail.com

<http://meridian-journal.ru>

ОГЛАВЛЕНИЕ

История Якутии	1
УЧАСТИЕ ЖИТЕЛЕЙ ЯКУТИИ В ВЫБОРАХ НА УЧРЕДИТЕЛЬНОЕ СОБРАНИЕ - СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ (1917-18 ГГ.)	1
Массовые коммуникации	8
СОСТАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА В ТУРИЗМЕ	8
Медицинские науки	11
ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ЙОДОДЕФИЦИТА СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ И КОЧЕВЫХ ЭВЕНОВ С УЛАХАН-КЮЕЛЬ ВЕРХОЯНСКОГО РАЙОНА	11
Педагогика	15
РОЛЬ ОТЦА В ВОСПИТАНИИ ДЕТЕЙ В СЕМЬЕ ЭВЕНОВ - ОЛЕНЕВОДОВ СЛЕПЦОВЫХ	15
Политология	21
БОЛЬШАЯ БЛИЖНЕВОСТОЧНАЯ ТРОЙКА: РОССИЯ, ТУРЦИЯ, ИРАН	21
Право	24
ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОРЕННЫХ МАЛОЧИСЛЕННЫХ НАРОДОВ СЕВЕРА, ВЕДУЩИХ КОЧЕВОЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)	24
Социология	28
ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ОСНОВЕ АДАПТИВНОЙ МОДЕЛИ	28
АНАЛИЗ ПРИЧИНЫ УСПЕХА КИТАЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ ДЖЕКА МА	31
Технические науки	34
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ ПО СНИЖЕНИЮ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕТСКОГО ДОРОЖНО - ТРАНСПОРТНОГО ТРАВМАТИЗМА	34
ОБЕСПЕЧЕНИЕ БИОГАЗОВЫМ ТОПЛИВОМ ТРАНСПОРТНЫХ УСТАНОВОК С ДВИГАТЕЛЯМИ ВНУТРЕННЕГО СГОРАНИЯ В ТРУДНОДОСТУПНЫХ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)	37
Туризм	43
ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЖИГАНСКОМ УЛУСЕ (РАЙОНЕ) РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)	43
АНАЛИЗ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТУРИСТИЧЕСКОЙ БАЗЫ «ПЕСЧАНАЯ ГОРА»	46
Экономика	49
ИНВЕСТИЦИИ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ В РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)	49
ФОРМИРОВАНИЕ АНТИКРИЗИСНОГО ПЛАНА КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР РУКОВОДСТВА	54
АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ АО «САХАТРАНСНЕФТЕГАЗ» ЗА 2012-2016 ГОДЫ	58
АНАЛИЗ ОТЧЕТНОЙ И ПЛАНОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО «САХАТРАНСНЕФТЕГАЗ» ЗА 2012-2016 ГОДЫ	63
МАРКЕТИНГОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ, ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ	66
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ КАК НАУКА И КАК ЯЗЫК БИЗНЕСА	69
НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ РФ, ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЕЕ РАЗВИТИЯ	73
АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ АО ХК «ЯКУТУГОЛЬ» ЗА 2014-2016 ГГ.	79

ПРИБЫЛЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ	86
АНАЛИЗ РАЗЛИЧИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ С МАРКЕТИНГОВОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ КУЛЬТУРАМИ	92
МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ	95
РОЛЬ МАРКЕТИНГА В РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ НА ЭТАПАХ ЕГО СТАНОВЛЕНИЯ	101
ГИПЕРКОНКУРЕНЦИЯ КАК СОВРЕМЕННАЯ СРЕДА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	107

История Якутии

УЧАСТИЕ ЖИТЕЛЕЙ ЯКУТИИ В ВЫБОРАХ НА УЧРЕДИТЕЛЬНОЕ СОБРАНИЕ – СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ (1917-18 ГГ.)

THE PARTICIPATION OF THE INHABITANTS OF YAKUTIA IN THE ELECTIONS TO THE CONSTITUENT ASSEMBLY - THE SOCIO-ECONOMIC ASPECT (1917-18)

Авторы: Новоприезжий А.О.

Аннотация: Судьба Учредительного Собрания 1917-18 гг. – объект большого интереса исследователей различных дисциплин. Это – яркий пример парламентаризма, который мог дать новый виток развития страны. Данное исследование направлено на изучение вопроса на стыке социологии и экономики, при учете социальных и финансовых факторов. Проводится попытка осмысления основных организационных этапов проведения выборов в Якутии.

Ключевые слова: Выборы, Учредительное собрание, избирательные участки, партии

Annotation: The fate of the Constituent Assembly of 1917-18. - an object of great interest to researchers of various disciplines. This is a vivid example of parliamentarism, which could give a new twist to the development of the country. This research is aimed at studying the issue at the intersection of sociology and economics, taking into account social and financial factors. An attempt is made to understand the main organizational stages of holding elections in Yakutia.

Keywords: Elections, Constituent Assembly, polling stations, parties

УДК: 908

Вопрос проведения и закрытия Учредительного собрания – один из самых дискуссионных при обсуждении становления Советской власти в 1917 г. Многие согласны с тем, что это был последний шанс движения по пути демократически-плюралистического общества. Собрание должно было определить, основываясь на мнении избранных представителей, форму гос/устройства, организации верховной власти и основы Конституции. Но этому процессу был положен конец в январе 1918 г., когда большевики отказались принять результаты выборов, по которым преимущество получили эсеры, и когда они разогнали участников собрания. Сейчас, оглядываясь в прошлое, мы должны прийти к определенным парадигмам интерпретации этих событий, учитывая факт празднования 100-летия с революционных событий.

Объект: Якутяне-выборщики.

Предмет: Процесс организации выборов и участия в них электората.

Цель: Проанализировать опыт проведения выборов на Учредительное собрание в 1917 г.

Задачи: 1) Интерпретировать основы проведения выборов на Учредительное собрание 1917-18 гг.;

2) Интерпретировать частные вопросы организации выборов на Учредительное собрание 1917-18 гг.

Вопрос о проведении Всероссийского Учредительного собрания (далее - УС) встал с самого начала становления демократии после Февральской революции. Временное правительство было обязано функционировать до проведения УС и установления новых начал новой российской власти. Сначала, дата была назначена на 17 сентября, но после была перенесена на 12 ноября, а созыв УС – 28 ноября. После прихода к власти, большевики подтвердили дату проведения и поставили этот вопрос первоочередным для страны. УС должно было стать основным объектом передачи суверенитета и легитимности страны, который в свою очередь стал бы основой формирования организации России.

Законодательная база проведения выборов основывалась на Особом совещании для подготовки проекта Положения о выборах в Учредительное собрание. Этот орган формировался с 25 марта по 25 мая, после чего приступил к работе. Этот орган насчитывал 82 человека, причем туда входили знаменитые для своего времени правоведы: такие как профессор В.М. Гессен. Вопросами по организационной работе заведовала Всероссийская по делам о выборах в Учредительное Собрание Комиссия (Всевыборы). Она была образована в июле-августе 1917 г., туда вошли 15 человек, и в главе был поставлен член Временного правительства, экономист Н.Н. Авинов. После Октября, большевики поставили работу Комиссии под контроль: 23 ноября 1917 года комиссаром Всевыборами был назначен М. С. Урицкий (ему было передано право контроля над составом комиссии). Но, так как комиссия отказалась принимать новые условия, её председатель, 15 членов и 6 «кандидатов к членам» были смещены постановлением Совнаркома от 29 ноября^[1]. Фактически, весь предыдущий состав был отстранен от работы, а вся полнота юрисдикции перешла к М. Урицкому. Хотя, выборы к тому моменту по большей части были уже проведены, но значимость этой роли продолжала оставаться высокой: новому комиссару приписывают деятельность по дезорганизации проведения съезда УС и результатов его работы. Так, в частности, составление отчетов и проведение анализа результатов выборной кампании не выполнялись. Хотя это являлось важной инструкторской задачей Всевыборов. Мы можем видеть, что контроль над деятельностью Всевыборов являлось важным рычагом политического влияния на ситуацию в России.

Рассматривая правовую основу вопроса, необходимо отметить прогрессивность выборов для своего времени. Все юридические вопросы были решены в Положении о проведении выборов в Учредительное собрание^[2]. По нему, голосование объявлялось всеобщим, тайным и равным. В частности, к ним были привлечены женщины и военнослужащие от 18 лет. Для большей части населения был установлен низкий возрастной ценз в 20 лет. Не признавались разного рода цензы: имущественный, оседлости, грамотности и пр. Выборы являлись мажоритарными, т.е. выбирались кандидаты, которые шли непосредственно занимать определённые места. Голосование шло за кандидатские списки, которые определяли партии. Территория страны разделялась на избирательные округа, в первую очередь на основе территориально-административного деления (в отдельном ряду стоит упомянуть войсковые и флотские избирательные округа). Основы голосования были поставлены под контроль и сведены к четкому своду норм, что гарантировало успешный ход процесса.

В итоге, выборы состоялись в ноябре 1917 г. В этот период 43 из 73 гражданских избирательных округов уже закончили голосование. Остальные округа по техническим или организационным причинам перенесли голосование на декабрь – февраль 1917-18 гг. Всего было избрано 715 депутатов, причем результаты оказались невыгодными для действующей исполнительной власти в виде большевиков. Необходимо отметить, что источники разнятся при вопросе оценки результатов голосования. Одни источники приводят данные о 370 мандатов у ПСР (эсеров), 175 — большевики, 86 — депутаты от национальных групп и др. Другие источники: эсеры – 320, большевиков — 160, национальных и других групп — 56 и др.[3] Но в большинстве своем, все согласны в уверенном лидерстве партии революционеров-социалистов, что закономерно основывается на популярности идей социализации земли в крестьянской стране.

Подготовка к выборам в УС осуществлялась практически весь 1917 год, но сама работа Собрания не продлилась и дня. Заседание Учредительного собрания открылось 5 января 1918 в Таврическом дворце в Петрограде. На нем присутствовало немногим более 50% депутатов (410 чел.). После отказа Собрания принять первые декреты Советской власти, большевистская и левоэсеровская делегации покинули Собрание. УС продолжило работу без них, причем работали до поздней ночи. В пятом часу утра охрана дворца в лице анархиста А. Железняк призвала депутатов закончить работу, причем им была спущена директива об остановке любого депутата, который захочет вернуться. Т.о., следующего собрания УС провести не удалось, и де-юре 18 января III Всероссийский Съезд Советов одобрил декрет о роспуске Учредительного Собрания.

Частные вопросы проведения выборов на Учредительное Собрание в Якутии (1917-18 гг.)

Проанализируем основных факторов, которые будут участвовать на выборах в УС. После мая 1917 г. в Якутии наиболее авторитетным стала новообразованная из движения «Свобода» партия *ЯТСФ (Якутский трудовой союз федералистов)* более известная просто как *Союз федералистов*, председатель Г.В. Ксенофонтов. В ней состояли такие известные личности как Г.В. Ксенофонтов, В.В. Никифоров, С.А. Новгородов и др. Представители этой партии определяли жизнь Якутии, будучи на стратегических постах: председатель Якутской городской думы – Г. Ксенофонтов, председатель Областной земской управы – В.В. Никифоров и пр. По программным установкам они являлись умеренными федералистами, выступали за создание федеративной республики, в которой центр будет решать вопросы государственного, а местные власти – регионального значения[4]. Видное место занимала и *партия социалистов-революционеров (эсеров)*, председатель П.А. Куликовский, входили Д.Ф. Клингоф, В.Н. Соловьев и др. Местное отделение партии ориентировалось на основе партийной идеологии эсеров. Они выступали за создание республики с ведущей ролью крестьянства, за немедленное решение земельного вопроса. Обе вышеназванные партии имели сходные идеологические установки, что в будущем послужит им основой союза на выборах в УС (в частности, по вопросу об автономии). В Якутии существовало отделение *партии кадетов*, который назывался «*Якутский отдел партии народной свободы*». Председатель: М.П. Николаев, представители – С.П. Алексеев, Н.С. Корякин, Г.А. Попов и др. Несмотря на схожесть позиций с другими региональными партиями, кадеты принципиально выступали против автономии в России, которая разрушила бы ее изнутри. Основу местных властей должны были бы составлять ограниченные в правах земства. *Социал-демократическая партия*: яркие представители Г.О. Охнянский, П.Ю. Перкон, А.Г. Метельшин и др. После ухода видных большевиков, партия сильно «замышлелась» - соотношение меньшевик-большевик в Якутском отделении стало 5:1. Сложности в отношениях между фракциями особенно рельефна на фоне

выбора кандидатов в УС: так, с начала года это был Г.И. Петровский, видный большевик, но после июльских событий (попытка саботажа власти Временного правительства со стороны большевиков), Якутская организация РСДРП сняла эту кандидатуру 10 июля и выставила меньшевика М.Т. Попова. Они выступали за позицию создания республики с ведущей ролью пролетариата. Считали необходимым введение первичных социальных норм труда, переняли позицию эсеров по срочному решению крестьянского вопроса, к вопросу о федерализации относились положительно.. Так, к второй половине 1917 года можно констатировать факт ведущего лидерства сил по автономизации Якутии и резкого ослабления большевистских сил.

Выборы на УС, так же, как и выборы на земские учреждения, стали основой политической повестки дня для региональных партий Якутии. Для Якутии на Всероссийском УС было выделено 2 места, и на них наметились основные кандидаты. От «Трудового союза федералистов» был выдвинут Г.В. Ксенофонтов, от партии социалистов-революционеров В.С. Панкратов, от партии кадетов Д.А. Кочнев, от РСДРП М.Т. Попов. В газетах развернулась пропаганда вокруг выборов на УС. В свете предвыборной гонки, произошли пропагандистские столкновения на полях газет: так, в номере «Социал-демократ» №7 от 2 ноября 1917 г. в статье «Кандидат» [5] проводится критика положений федералистов и Г. Ксенофонтова в частности, представленные в «Якутском обозрении» в статье Сабунаева. Это не осталось незамеченным и было встречено ответной критикой.

Обратимся к вопросу об организации выборов в УС. Организационные вопросы находились в прерогативе за членами участковых Избирательных Комиссий и Уездных/Городских по делам о выборах в УС. Обычно, в них входили председатель, 4 члена от местных городских/земских организаций, а также по представителю от партии. Якутии было предоставлено 2 места в УС, поэтому голосовавшие выбирали 2 кандидатуры из 4 возможных. Кандидаты, чтобы иметь возможность голосовать, были обязаны набрать более 100 человек, что предварительно выскажутся за него. Составленные т.о., кандидатские списки выставлялись на обозрение до выборов. В назначенный день избиратели приходили на свой участок, там они записывали свой выбор на записке и опускали в урну. В некоторых случаях происходило баллотирование. Оно подразумевало выбор через опускание в избирательную урну шаров (разного цвета) или бирок (с насечками по номеру кандидата: 1,2,3,4). В городах по большей части голосование шло записками, по улусам баллотировка шарами. Мы видим, что проведение голосования было различным ввиду ограниченности технических возможностей, но это не помешало проведению выборов как таковых. Этот опыт, возможно, стоит учитывать и в будущем.

Организационная работа по проведению выборов шла бурно. В Якутии была создана Окружная по делам о выборах в УС Комиссия (коротко: Окружная Комиссия). Ее возглавил А. Звягин, членом-секретарем стал Н. Грибановский. Изначально, выборы были назначены на 17 сентября, но впоследствии были перенесены на ноябрь. Так, выборы по г. Якутску, Олекминску, Вилюйску (12-14) и Олекминскому уезду (12-19 ноября) прошли по общероссийским стандартам. Но остальные Уездные Комиссии не успевали по назначенным срокам. По Якутскому (без Мегинского улуса) и Вилюйскому уезду выборы были назначены на 3 декабря . На Мегинский улус выборы были сдвинуты на 7 января 1918 г. Выборы по Верхоянскому и Колымскому уездам были более сложными, только в конце декабря были определены члены Комиссий, а выборы были сдвинуты на февраль 1918 г. Основной акцент деятельности был смещен на центральные улусы. За них отвечали Якутский городской, окружной и уездной, Олекминский и Вилюйский уездной комиссии соответственно. Т.о., мы можем увидеть, что проведение выборов по Якутии шло неравномерно, имели значение сложности организации мероприятия подобного масштаба на отдаленной провинции с неразвитой инфраструктурой.

В г. Якутске процесс выборов шел три дня, с 12 по 14 ноября с 10 часов утра до 9 вечера, в третий день выборов с 10 утра до 2 дня. Были сформированы избирательные участки (5 по г.

Якутску, 127 по Якутии). Разберем участки по г. Якутску: №1 – Монастырский: границы от Евр. Кладбища, через Талое озеро по Короленко, Казарминской, Монастырской и Полицейской улицам до протоки Хатыстах; №2 – Предтеченский: от границы первого участка по Полицейской, сворачивает около Городской милиции по Николо-Преображенской на Набережную; №3: Преображенский; №4 – Соборный: границы с Виллюйского тракта по Николо-Преображенской по Набережной и с Набережной по Астрахацевской и по озеру «Сайсар» до его протоки; №5: Заложный – границы, вся заложная часть города[6]. Т.о., выборы в г. Якутске прошли успешно и в срок.

Как только мы касаемся темы затрат на проведение выборов в Якутии, стоит упомянуть несколько моментов. По вопросу о курсе рубля – за время 1917 г., он был достаточно нестабилен, что в итоге привело к развитию меновых отношений в регионе. Позже, из-за этого будут введены винные деньги Семенова. Основываясь на разных источниках, можно прийти к выводу о соотношении 1 руб. = 135-140 руб[7]. В работе, якутские комиссии основывались на положениях Всевыборов, статистику и сметы мы можем видеть в архивных документах окружных, городских и уездных комиссий. Так, Олекминская уездная комиссия, Якутская уездная комиссии требовали по 2000 рублей для организации, Баягантайская земская управа требовала 150 рублей для работы местного избир/участка. Вообще, если мы обратимся к сметам, мы можем видеть, что большая часть расходов шла именно на подготовку избирательных списков. По смете Олекминского уездного комитета, 1804 руб. ушло на оплату разным учреждениям (по большей части, гимназиям и училищам), которые и занимались перепиской избирательных списков, в то время как публикация за весь период в газете «Якутское Обозрение» стоила 5 руб. Работа с учебными заведениями является оригинальной идеей, но это же говорит о значимости писчей работы и нехватке грамотных кадров в Якутии того периода. Также немало денег ушло на организацию выборов на местном уровне. Так, по смете Мегинской окружной комиссии, 80 руб. из 144 руб. ушли на разъезды по 4 ее избирательным участкам, на работу секретаря ушло 30 руб. Это говорит об инфраструктурной слабразвитости региона, вышеупомянутой нехватке кадров на местах. Если проводить параллели с современностью, мы можем перевести средние показатели затрат того времени на современные. Эти данные представлены в таблице №1.

Хотелось бы затронуть вопрос о социальной составляющей выборов в УС. Всего, на 1917 г. в Якутии проживало 264,1 тыс. чел. Большинство из них проживало в центральных и южных улусах (Виллюйская группа улусов, Олекминская, Намская и пр.). В г. Якутске проживало 7,3 тыс. чел., если прибавить население других городов (г. Виллюйска и Олекминска и др.), в общем городское население составляло 11,5 тыс. чел. Уровень урбанизации составлял 4,4 %. В национальном составе преобладание было у якутов – 82,64%, тогда как русских 10,56%, эвенков – 4,6%. Проблема организации выборов состояла в том, что в них весь электорат не успел поучаствовать. К январю 1918 г. (разгону УС), выборы прошли по Якутскому уезду (без Мегинского улуса), Олекминскому и Виллюйскому, но они не прошли в Верхоянском и Колымском улусах. Соответственно, успело проголосовать около 101 тыс. из 260 тыс. возможных. Конечно, это не меняло итог выборов, но налагало отпечаток нелегитимности на результатах выборов такого масштаба. По Положению о выборах в УС, если не меньше 1/10 избирателей округа не проголосовало, то было необходимо провести вторичные выборы, и только потом объявлять результаты. Поэтому мы можем с уверенностью говорить, что выборы в УС по Якутии были не завершены.

В итоге, большинство населения проголосовало за федералистов, стремившихся к увеличению для себя полномочий, и эсеров, как их союзников. Соответственно, ЯТСФ получила 43.425 голосов – 42,7%, эсеры – 32.746 голосов – 32, 2%. Однако Ксенофонтов и Панкратов уже не

успеют поучаствовать в УС – к тому времени оно было уже разогнано.

Заключение

Судьба УС – один из самых интересных вопросов истории России, который часто обсуждается и в пределах нашей страны, и за рубежом. Многие историки сегодня связывают с ним надежды перехода на иной путь развития, как если бы Россия не пережила бы ужасов XX в. в Советскую эпоху. Другие порицают его, как реакционный элемент, вобравший в себя буржуазные элементы общества. Я бы не хотел судить настолько же однозначно. По-моему, в этом вопросе необходимо сконцентрироваться на ретроспективном взгляде. Я сугубо поддерживаю легитимные выборы, представляющие интересны народа, коими выборы в УС и являлись. Но необходимо отметить, что несмотря на все это, их возможности были сильно ограничены. В итоге, они не смогли организовать достаточные силы, чтобы противостоять им в Петрограде и Москве, что несомненно ставит вопросы: насколько же легальной была эта власть для населения, что не поднялось в его защиту? В истории нет сослагательного наклонения, но я считаю, что власть УС была бы шаткой, ввиду этой самой организационной слабости, в то время как России требовалась сильная рука. Национальные окраины Запада и Кавказа восстали, среди солдат распространялась деморализация, крестьяне вооружались на защиту своей земли и урожая, которые они никому не хотели отдавать. В России того периода исторически было предопределено возникновение сильной власти, т.к. сам народ нуждался в ясных лозунгах и порядке. Что во многом предопределило победу большевиков и в Октябрьской революции, и в Гражданской войне.

К вопросу об организации проведения выборов в Якутии, я считаю, что этот опыт никак нельзя забывать. Во времена СССР, этот вопрос всячески умалчивался, ввиду неудобства постановки для существующей власти. Но сейчас, с высоты XXI в. нам необходимо пересмотреть результаты произошедшего, что интересует нас, как историков, так граждан страны. Кроме закономерных выводов (победа федералистов в Якутии, слаборазвитость инфраструктуры северных районов республики), проведение выборов в Якутии таит множество интересных проблемных зон. Повышение явки голосовавших, вопрос методов голосования, организационных затрат – это то, что нас интересует до сих пор. В этом вопросе мы можем обратиться к предыдущему опыту, ведь в истории мы находим ответы на огромное количество своих вопросов. Поэтому я считаю, что освещение темы выборов в УС в Якутии требует дальнейшего изучения и планомерного раскрытия в дальнейшем.

Литература

1. Протасов Л. Г. Всероссийское Учредительное собрание: История рождения и гибели. — М.: РОССПЭН, 1997. — 368 с.
2. Российское законодательство X-XX вв. В 9-ти томах. Т. 9: Законодательство эпохи буржуазно-демократической революции. М., 1994. С. 136-184. Учредительное Собрание
3. Вестник ЧелГУ. 1993. №1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/uchreditelnoe-sobranie> (дата обращения: 20.10.2017).
4. Сушко Алексей Владимирович. К вопросу об идеологии якутского трудового союза федералистов в 1917 г // Вестник ТГУ. 2009. №11. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-ideologii-yakutskogo-trudovogo-soyuz-a-federalistov-v-1917-g> (дата обращения: 20.10.2017).
5. В. Бик. Газета «Социал-демократ», орган Якутского Комитета Российской Социал-демократической партии, Якутская областная типография №7, 2 ноября 1917 г. // «Кандидат», стр.2.
6. Н.Н. Радченко. КАК ПРОХОДИЛИ ВЫБОРЫ В УЧРЕДИТЕЛЬНОЕ СОБРАНИЕ В ГОРОДЕ ЯКУТСКЕ НОЯБРЬ 1917 Г. // Исторический архив. – 2017. – №5. – 131-142 стр.

7. И. Петров. Цены и зарплаты в дореволюционной России. Отношение курса царского рубля к современному. [Электронный ресурс] // URL: zagorod.com/blog/43303934547/TSeyi/i/zarplatyi-v-dorevolutsionnoy/Rossii.-Otoshenie-kursa (дата обращения 20.10.2017)

Reference

1. Protasov, L. G. the all-Russian Constituent Assembly: a Story of birth and death. — М.: ROSSPEN, 1997. — 368 p
2. Russian law Xxx centuries In 9 volumes. V. 9: the legislation of the epoch of bourgeois-democratic revolution. М., 1994. S. 136-184. The Constituent Assembly
3. Bulletin Of CSU. 1993. No. 1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/uchreditelnoe-sobranie> (date accessed: 20.10.2017).
4. Sushko Aleksey Vladimirovich. To the question about the ideology of the Yakut labour Union of Federalists in 1917 // Vestnik TSU. 2009. No. 11. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-ideologii-yakutskogo-trudovogo-soyuza-federalisto-v-1917-g> (date accessed: 20.10.2017).
5. V. BIK. The newspaper "Social Democrat", on the Yakut Committee of the Russian Social democratic party, the Yakutsk regional printing house No. 7, November 2, 1917 // "Candidate", p.2.
6. N. N. Radchenko. AS the ELECTIONS were HELD for the CONSTITUENT ASSEMBLY IN the CITY of YAKUTSK NOVEMBER 1917 // Historical archive. - 2017. - №5. - 131-142 page
7. I. Petrov. Prices and wages in pre-revolutionary Russia. The ratio of the rate of Tsar ruble to modern. [Electronic resource] // URL: zagorod.com/blog/43303934547/TSeyi/i/zarplatyi-v-dorevolutsionnoy/Rossii.-Otoshenie-kursa (accessed 20.10.2017)

Приложение

Таблица №1. Средние экономические затраты на проведение выборов в Учредительное Собрание в Якутии в 1917-18 гг.

Уровень Комиссии	Количество организаций	Средние затраты, руб. 1917 г.	Средние затраты, руб. 2017 г.	Всего, руб. 2017 г.
Участковая избир/комиссия	127	До 150 р.	20.250 - 21.000	До 2.571.750 - 2.667.000
Уездная / Городская Комиссия	6	2.000 - 3.000	270.000 - 420.000	1.620.000 - 2.520.000
Окружная Комиссия	1	5.000 - 10.000	675.000 - 1.400.000	До 1.400.000

Массовые коммуникации

СОСТАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА В ТУРИЗМЕ

COMPILATION OF ADVERTISING COPY IN THE INDUSTRY OF TOURISM

Авторы: Новикова Анастасия Вадимовна

Аннотация: В статье рассмотрены основные особенности рекламы в туристской сфере, а также на основе изученных материалов по данной теме, был составлен список основных правил, рекомендаций по составлению рекламного текста, соблюдение которых значительно повысит уровень эффективности рекламы, а как следствие уровень доходов туристского предприятия.

Ключевые слова: Реклама, туризм, рекламный текст, маркетинг, правила рекламного текста.

Annotation: The main idea of this article is exploring of special aspects of advertising copy in the industry of tourism. And after the observation of basic materials about this topic, was made a list of the basic rules and recommendations about compilation of the advertising copy and following of these rules would increase effectiveness of advertising and after increase the level of marketing at all.

Keywords: Advertising, tourism, advertising copy, marketing, rules of advertising copy.

УДК 659.1

«Реклама играет ключевую роль при производстве новых конкурентоспособных товаров, которые должны отвечать потребностям, сформированным у потребителей к моменту выхода товара на рынок. Этот процесс требует целенаправленных рекламных усилий, как в сфере производства, так и в сфере торговли. Реклама вводит на рынок новые товары и услуги, формирует новые потребности. Если продвижение туристского продукта проводится одновременно с рекламной кампанией по внедрению хорошо известного продукта, то это только повышает авторитет компании.»[5]

Составление текста любого сообщения всегда и везде играет важную роль, особенно при обращении, особенно при рекламном обращении. Зачастую от рекламного текста зависит клиентооборот предприятия, его доход и стратегия развития бизнеса. Поэтому сама концепция составления рекламного текста должна иметь четко обозначенный посыл, систему аргументов, с которой реклама обращается к потребителю, именно они станут главным компасом, который поведет потребителя в нужном Вам направлении.

Собственно, все, что вы можете сказать положительного о качествах и пользе своего товара или услуги необходимо сказать в этом обращении. То есть, чем больше полезного для себя узнает потребитель из обращения, тем больше шансов, что такая реклама его привлечет. Что необходимо рекламодателю? Добиться цели! Какая у рекламодателя цель? Продажи! И все, что говорит предприниматель и все, на что направлена его деятельность – это реализация основной цели. Но, говоря о рекламе в целом и рекламе в туризме, говорим ли мы об одном

и том же? Давайте разбираться! В чем же специфика рекламы в туризме?

Дело в том, что специфика рекламы на рынке туристических услуг определяется отличительными особенностями самого рынка. Туристическое агентство предоставляет услуги, которые нематериальны, которые нельзя потрогать, понюхать или сразу ощутить их действие на себе. Соответственно уровень надежды на «силу» рекламы возрастает, как минимум, вдвое.

Нельзя упускать из виду ни одну ее составляющую. Вот мы и подходим к главному вопросу составления рекламных текстов в туризме. Изучив множество материалов по этой теме, статьи, рекомендации, было решено собрать основные мысли воедино, обобщить и составить свой список основных правил, рекомендаций по составлению эффективной рекламы для сферы туризма:

1. В нашем деле сказать, что товар очень хорош, недостаточно, необходимо убеждать! Все, что можно сказать хорошего о ваших услугах - говорите! Туризм - это та отрасль, работа и результат которой зависит от очень многих аспектов и показателей, именно поэтому клиент должен быть уверен в ваших услугах, он должен быть уверен, что ваша работа профессиональна. К тому же туристическую услугу нельзя протестировать, поэтому особенно необходимо рекламным текстом заставить человека вам доверять. Старайтесь использовать слова, которые убеждают и мотивируют клиента к покупке, играйте с такими словами как: надежность, качество, уверенность и т.д. Постарайтесь рассказать о своем товаре как можно больше и объяснить, почему клиент должен выбрать именно вас.
2. Немало важно будет сказать о преимуществах вашего товара с финансовой точки зрения. Помните, что ценность товара складывается из его пользы, которых может быть много. То есть дайте понять клиенту, что деньги, которые он тратит, они не уходят впустую, несмотря на то, что услуги нематериальны. Дайте понять, что по факту он получит намного больше, чем тратит.
3. Доступность. Необходимо «говорить» в рекламе так, будто вы сами такой же клиент, будто вы делитесь опытом с другом и стараетесь ему помочь. Используйте лексику не из официальных стилей, а комбинируйте ее с разговорным стилем. Можно попробовать обратиться к потребителю напрямую, как к другу, такими словами как: «Послушай!», «Знаешь?», «Хочешь?» Например, если вы продаете путевки в жаркие страны, то можно начать с условного дружеского обращения к клиенту «Хочешь идеальный загар?».
4. Шокируйте покупателя. Попробуйте использовать «громкое», резкое и заметное высказывание, броский заголовок, который сразу же, моментально отвлечет потенциального клиента от своих рутинных дел и заставит прислушаться. Иногда рекламодатели используют такие слова как: «Сенсация!», «Невероятно!» или сообщите о каких-то актуальных скидках или бонусах, например, «Акция!», «Горящие туры!». И если у вас получилось отвлечь его от своих дел и прислушаться к вашему рекламному сообщению, то вы - молодец и идете в правильном направлении.
5. Когда вы составляете текст для аудио или визуальной рекламы, то позаботьтесь о том, чтобы диктор, что читает рекламный текст, использовал правильную интонацию, т.е. мягкую, ненавязчивую и вызывающую доверие.
6. Есть еще одна нехитрая рекомендация - использовать юмор в своей рекламе. С этим нужно быть осторожнее, использовать его в меру и уместно относительно вашим услугам. Будьте осторожны и если не уверены в том, что правильно использовали юмористические приемы в рекламе, то лучше от них отказаться, ведь именно этот риск может не оправдаться.

7. Ну и, наконец, не старайтесь говорить много – старайтесь говорить по существу. Говорите только то, что необходимо. Если текст вашей рекламы будет слишком длинный то, клиент просто не поймет где нужна ему информация, его внимание рассеется, и вы потеряете тот эффект, который получили предыдущими пунктами.

Данная работа – это попытка сформировать свой список эффективных приемов при составлении рекламного текста, задача была осложнена тем, что сфера туризма имеет свои исключительные особенности, которые довольно заметно влияют на особенности самой рекламы. Рекламных техник и приемов существует очень и очень много, а каждый автор имеет свой взгляд на необходимые подходы к составлению рекламы. Именно поэтому, изучив материалы, хотелось найти самые эффективные правила составления рекламного текста, которые бы подошли именно для рекламы в туризме.

Конечно, рекламный текст – это лишь часть рекламы, немаловажен также и визуальный аспект. Но, учитывая все вышеперечисленные приемы, можно значительно повысить эффективность рекламы, а как результат повысить качество и количество продаж.

Литература

1. Кирилов, А.Т., Маслова, Е.В. .Реклама в туризме. Учебное пособие. – С-П. 2002. – 110с.
2. Лебедев А.Н. Психология рекламы.- Спб: 2002.- 386с.
3. Маташев, А.Н. Эффективность рекламы. – М: 2002 . – 416 с.
4. Морозова Н.С. и Морозов М.А. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме, учебник. – М: 2003.
5. Уэллс. У, Бернет. Дж. Реклама. Принципы и практика», - Спб:1999.

References

1. Kirilov, A. T., Maslova, E. V. .Advertising in tourism. Textbook. – P. 2002. – 110С.
2. Lebedev A. N. The psychology of advertising.- SPb: 2002.- 386с.
3. Matashev, A. N. The effectiveness of advertising. – М: 2002 . – 416 p
4. Morozova N. With. Morozov and M. A. Is socio-cultural service and tourism, tutorial. – М: 2003.
5. Wells. Y, Burnett. John. Advertising. Principles and practice", St. Petersburg:1999.

Медицинские науки

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ЙОДОДЕФИЦИТА СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ И КОЧЕВЫХ ЭВЕНОВ С УЛАХАН-КЮЕЛЬ ВЕРХОЯНСКОГО РАЙОНА

ASSESSMENT OF THE STATE OF IODINE DEFICIENCY AMONG THE POPULATION AND NOMADIC EVENES P. ULAHAN-KYUYOL VERKHOYANSKY DISTRICT

Авторы: Баишева Анисья Юрьевна

Аннотация: Йод в организме человека — вещество первой важности. От этого элемента, в нашем теле зависит очень многое: от настроения и хорошего сна, до возможности выносить и родить здорового ребенка. Исследовательская работа показала роль йода в организме. Мы выяснили, что действительно стоит проблема йододефицита среди жителей наслега.

Ключевые слова: Йододефицит, причины, жителей, проблема, щитовидная железа

Annotation: Iodine in the human body is a matter of prime importance. From this element, in our body very much depends: on mood and good sleep, to the possibility of bearing and giving birth to a healthy child. Research has shown the role of iodine in the body. We explained that there really is a problem of iodine deficiency among the inhabitants of the village.

Keywords: Iodine deficiency, reasons, inhabitants, problem, thyroid gland

УДК 614.4

Актуальность: Узнав, что республика Саха (Я) входит в состав йододефицитного региона, эта проблема заинтересовала меня. Изучения данной темы актуальна, потому что именно содержание йода в организме напрямую связано с уровнем интеллекта и выявление причины йододефицита на ранних стадиях поможет снизить процент заболеваний, позволит разработать профилактические мероприятия по устранению этих причин.

Цель исследования: Изучить состояние проблемы йододефицита и методы их профилактики.

Задачи:

1. Изучить информационные ресурсы по проблеме йододефицита.
2. Выяснить, что действительно ли стоит проблема йододефицита в нашем селе, для этого:
 - выявить уровень йододефицитных заболеваний;
 - исследовать состояние йодопотребления и наличие йодсодержащих продуктов в меню школьной столовой;

- изучить наличие и ассортимент йодированных продуктов в магазинах с Улахан-Кюель ;
- изучить заболеваемость йододефицитом у эвенов-оленеводов;

3. Выявить причины и наметить пути решения выхода из проблемы .

Результаты исследований

1. Результаты данных предоставленные МУБ «Табалахская больница» .

Мы в начале своего исследования изучили динамику роста числа заболеваний щитовидной железы в с.Улахан-Кюель. Необходимые данные были предоставлены МУБ «Табалахская больница» .

Наблюдается неутешительная картина, если еще в 2011 году на учете стояло 32 человека, то 2016-56 человек. Ещё имеются больные, не состоящие на учете, по мнению врача, их примерно 40-50 человек. Это означает, что в нашем поселке существует тенденция к увеличению числа заболеваний щитовидной железы.

В ходе исследования выяснилось, что заболеваемость щитовидной железой не наблюдается у эвенов-оленеводов. Из этого вытекает вопрос: почему у кочевых эвенов отсутствует болезнь йододефицита?

2. Анкетирование учащихся с целью выявления потребления продуктов, содержащих йод.

Подведя итоги анкетирования, выяснилось, что продукты, богатые йодом учащиеся употребляют меньше всего. Возможно, такая тенденция возникает потому, что не всем они по карману или просто не доступны в нашей местности из-за удаленности от моря и теплых регионов. То есть наш рацион довольно скуден на йод. А также провели анкетирование у детей эвенов, выяснилось, что они употребляют традиционные продукты и растения с содержанием йода.

3. Результаты пробы на йод у учащихся школы методом йодной сетки (метод Старожука Б.А.)

Исследование показала, что наблюдается рост числа случаев возникновения йододефицита у учащихся школы. Процент не слишком велик, но настораживает, так как наблюдается рост йододефицита не только в школе, но и во всем поселке, что указывает на необходимость профилактики йододефицита. Но таким «народным тестом» невозможно полностью определить, обеспечен ли организм в полной мере йодом. Результат пробы на йод показал, что возникновение йододефицита у детей эвенов-оленеводов не наблюдается.

4. Йодосодержащие натуральные продукты эвенов

Эвены-оленеводы веками умели использовать в пищу ресурсы родной природы. Традиционная пища эвенов: молодые рога, мясо, молоко оленя и диких животных, рыбы, а также , засушенные лишайники (цетрария), багульник болотный, которые содержат йод

5. Результаты анкетирования «Потребляете ли препараты содержащих йод ?»

Всего опрошено 90 учащихся, а также 15 учащихся детей эвенов-оленеводов с целью выявления потребляют ли, препараты содержащих йод. Результаты опроса показали, что 79 (87%) детей, в том числе и дети эвены, не принимают йодосодержащих препаратов, так как препараты дорогие и не всем они по карману.

6. Результаты изучения торговых точек с Улахан-Кюель

Было обследовано 3 магазина. В ассортименте имеются из йодосодержащих продуктов: свекла, морковь, яблоки, гречневая крупа, пшено, а морепродуктов нет, только консервированная морская капуста. Йодированная соль имеется только в 1 магазине. Обследование показало, что из-за удаленности села от центра цена продуктов высока, поэтому некоторые жители не могут позволить себе купить.

7. Результаты анализа цены найодсодержащих продуктов питания

В селе предприниматели самостоятельно завозят необходимые населению продукты. Из-за нецентрализованного завоза цены на продукты намного выше. Здесь их устанавливают те самые предприниматели, которые компенсируют свои затраты на доставку. Основная часть жителей населяет детские пособия, на пособия по безработице, на доходе личного подсобного хозяйства. Невысокий уровень доходов населения не позволяет постоянно употреблять йодсодержащие продукты питания.

8. Результаты изучения питания школьников в школьной столовой.

В наши задачи входил анализ меню в школьной столовой по содержанию продуктов, обогащенных йодом, использование йодированной соли. В результате проведенного исследования мы установили, что

- в меню практически не содержатся продукты, богатые йодом: рыба, морепродукты, морская капуста, киви и т.д.;
- в данной столовой не используется йодированная соль;
- для приготовления блюд меню не используются продукты, специально обогащенные йодом (йодированная мука, молоко, хлеб);
- данное меню регулярно повторяется, т.е. изменения в меню вносятся редко.

Таким образом, поступление йода в организм школьников через питание в школьной столовой резко ограничено

Способы профилактики йододефицита.

- Разъяснять людям основы здорового образа жизни- следует проводить беседы.
- Употреблять продукты, содержащие йод (например, морепродукты, овощи, фрукты и другие), из местных продуктов: творог, молоко, масло.
- Употреблять в пищу ресурсы родной природы с содержанием йода.
- Употребить в пищу йодированную соль.
- Принимать йодсодержащие препараты, которые также помогут сохранить баланс йода в организме.
- Помнить, что при сильном кипячении, йод способен разрушаться в количестве до 50%.
- Не нужно заниматься самолечением, если появляются признаки недостатка йода, лучше сразу обратитесь к специалистам.

Выводы: В результате проделанной нами работы, мы пришли к следующим выводам:

1. Проблема йододефицита существует и является актуальной.
2. В селе дефицит йода испытывают дети и наблюдается рост больных среди взрослого населения.
3. Установили, что в меню столовой школы и магазинах села недостаточное количество йодсодержащих продуктов питания .

4. Население не постоянно применяет профилактические препараты и йодированную соль.
5. Невысокий уровень доходов населения не позволяет постоянно употреблять йодсодержащие продукты питания.
6. Наши эвены-оленьеводы доказали, что родная природа богата йодосодержащими элементами, которому население не уделяет внимание.
7. Сравнительный анализ показал, что среди эвенов-оленьеводов не стоит проблема йододефицита, так как эвены веками восполняли свой организм йодом, употребив в пищу ресурсы родной природы: рога,молоко оленя, а также засушенные лишайники (цетрария) и багульник болотный.

Литература

1. Гиляров М.С. Биологический энциклопедический словарь. Москва: Советская энциклопедия, 1986.
2. Петровский Б.В. Краткая медицинская энциклопедия. Москва: Советская энциклопедия, 1989.
3. Прохоров А.М. Советский энциклопедический словарь. Москва: Советская энциклопедия, 1988.
4. Северин Е.С. Биологическая химия. Учебник для ВУЗов. Москва: издательский дом Гэотар-мед, 2003.
5. Read more: <http://smartnews.ru/regions/tymen/15527.html#ixzz3WoQzDXrd>
6. Йод- Википедия

References

1. Gilyarov M.S. Biologicheskij ehntsiklopedicheskij slovar'. Moskva: Sovetskaya ehntsiklopediya, 1986.
2. Petrovskij B.V. Kratkaya meditsinskaya ehntsiklopediya. Moskva: Sovetskaya ehntsiklopediya, 1989.
3. Prokhorov A.M. Sovetskij ehntsiklopedicheskij slovar'. Moskva: Sovetskaya ehntsiklopediya, 1988.
4. Severin E.S. Biologicheskaya khimiya. Uchebnik dlya VUZov. Moskva: izdatel'skij dom Gehotar-med, 2003.
5. Реад море: [хтп://смартневс.ру/регионс/тымен/15527.хтмл#ихзз3ВоQзДХрд](http://смартневс.ру/регионс/тымен/15527.хтмл#ихзз3ВоQзДХрд)
6. Йод- Википедия

Педагогика

РОЛЬ ОТЦА В ВОСПИТАНИИ ДЕТЕЙ В СЕМЬЕ ЭВЕНОВ - ОЛЕНЕВОДОВ СЛЕПЦОВЫХ

THE ROLE OF THE FATHER IN THE UPBRINGING OF CHILDREN IN THE FAMILY OF EVENS REINDEER HERDERS SLEPCEVICH

Авторы: Баишева Анисья Юрьевна

Аннотация: Традиционная педагогическая культура эвенков веками накапливала опыт воспитания подрастающего поколения, который непосредственно выводился из реальной жизни. Табалахский наслег признан территорией компактного проживания малочисленных народов Крайнего Севера. Я хочу рассказать об отце одной эвенковской семьи, который любовь к северному оленю и оленеводству передавал и передает из поколения в поколение. Олень – является символом семейного счастья этой семьи. Вся жизнь Константина Николаевича Слепцова была тесно связана с окружающей природой и кочевой уклад жизни его семьи обусловил создание своеобразной системы воспитания детей на основе четырех сторон воспитания (физического, трудового, эстетического, экологического), опиравшейся на традиционные основы жизнедеятельности эвенков.

Ключевые слова: Эвенки, роль отца, семья, кочевая жизнь, воспитание

Annotation: *The traditional pedagogical culture of the Evens accumulated for centuries the experience of bringing up the younger generation, which was directly derived from real life. The Tabalakh heritage is recognized as the territory of compact residence of the small peoples of the Far North. I want to tell you about the father of an Even family, who has passed on and passed on the love of reindeer and reindeer herding from generation to generation. The deer is a symbol of the family happiness of this family. All life of Konstantin Nikolaevich Sleptsov was closely connected with the surrounding nature and the nomadic way of life of his family determined the creation of a peculiar system of education of children on the basis of four aspects of education (physical, labor, aesthetic, ecological) based on the traditional foundations of the life of the Evens.*

Keywords: *Evens, fathers role, family, nomadic, upbringing*

УДК 37.018.1

Актуальность: Каждая семья, живущая в любой точке Земли, мечтает воспитать растущего в ней ребенка, готового к любым жизненным трудностям. Актуальность исследования обусловлена не только малой изученностью проблемы роли мужчины в семье, но и желанием прояснить и обозначить роль отца в эвенковской семье. Результаты многочисленных исследований показывают, что эвенки воспитывают своих детей на примере вековых традиций хозяйствования народа, сохраняющего кочевой уклад жизни.

Цель : Выявить положительную роль отца на примере семьи эвенов-оленеводов Слепцовых.

Задачи:

-Изучить роли отца в воспитании своих детей в эвенской семье, ведущих кочевой уклад жизни.

-Изучить литературу по данной теме.

Научная новизна работы. Впервые изучена роль отцовского воспитания детей в семье оленеводов.

Практическая значимость работы. Работа показывает, что органическая слитность эвенского народа с природной средой повлекла появление характерных особенностей в организации воспитания детей, которые отражены в воспитании детей Слепцовых.

Гипотеза: Суровые жизненные условия вносят изменение в воспитание детей эвенов, тем не менее, в системе их воспитания существует положительный опыт, который необходим для детей, растущих в других условиях.

Результаты собственных исследований 1.Изучена семейная династия Константина Николаевича Слепцова.

К корням

Предки семьи Слепцовых жили в Томпонском районе, были потомственными оленеводами. Они вели кочевой образ жизни со своими женами и детьми, долгие месяцы пасли оленей в тундре. Родители передавали своим детям все необходимые навыки, которые пригодились в дальнейшей жизни: отцы учили сыновей управляться с оленями, а матери дочерей - шить одежду из оленьих шкур, готовить еду. Так и жили они из поколения в поколение, оставаясь верны оленеводству. Род был гостеприимным, ласковым. Согласно генеалогическому древу рода Слепцовых по отцовской линии, начало рода исходит от Слепцова Прокопия Николаевича - это эвены- оленеводы. Эвенской семье родились 5 детей: Николай, Тимофей, Егор, Игнат, Василий. От Николая в 1944 году родился - Слепцов Константин Николаевич, единственный ребенок в семье. Предки Слепцовых все оленеводы. Они были горячо влюблены в свою работу, искренне преданы своему нелёгкому, но благородному труду и передавали это качества из поколения в поколение. Сегодня в тундре кочует четвертое и пятое поколение этой многочисленной и дружной семьи. В семье с огромным уважением вспоминают своих старших родичей – прадедушек и прабабушек, отработавших 50-60 лет в родной отрасли - оленеводстве.

2.Выявлены особенности отцовского воспитания детей в семье Слепцовых

В каждой семье есть свои правила, свои обязанности. И каждая семья уникальна по-своему. В одной семье ребенок воспитывается в строгости, в четких рамках, а в другой семье- ребенок растет словно в царской семье, где любое его желание моментально исполняется. В третьей семье ребенок растет «сам по себе». . (Гребенников И. В. М., 1986) Образ жизни семьи Слепцовых- это образовательное и воспитательное пространство, микросреда в которой влияние национальных традиций и обычаев способствовали как стихийному, так и целенаправленному формированию личности ребёнка. Важно подчеркнуть, что своеобразные обычаи, диктуемые образом жизни в тундре, выработаны и в области семейных отношений у Константина Николаевича , что, конечно же, влияет на воспитание детей. В семье Слепцовых традиционно соблюдалось распределение семейных ролей: муж - кормилец, хозяин родового

огня, продолжатель рода и фамилии, а женщинам предназначалось заботиться о его одежде и обуви, пище и покое, любыми способами стараться помочь ему, когда он окажется в беде.

Специфические особенности отцовского воспитания детей в семье Слепцовых своими истоками уходят к жизненным традициям и обычаям, связанным с продолжением рода и активным участием в трудовой деятельности. Рассказ главы семьи Слепцова К. Н « Моя мама умерла, когда мне было 4 года, после смерти матери отец из-за потери оленей попал под репрессию и был депортирован в Эге- Хайский рудник, а я воспитывался у семьи брата отца, Тимофея, вместе его 5- мя детьми. Как я помню в семье, Тимофей с женой , совместно решали жизненно важные вопросы, сохраняли уважительное отношение между собой . Они с малых лет нас воспитывали к ответственности и взаимопомощи, стремлению выжить в суровых условиях. Мы между собой разговаривали на эвенском языке, сейчас многие эвены не знают свой язык. Мои дети тоже плохо знают свой язык, в этом, конечно виноваты мы сами».

2.1. Воспитание через труд

Константин Николаевич считает, что в семьях эвенов главной воспитательной функцией является в привития детям трудовых навыков для продолжения семейного дела, а именно поддержания оленеводческого хозяйства на должном уровне, обеспечения преемственности и передачи навыков его ведения. Она подчинена ритмам и циклам природы, тяжелым условиям труда. Успех воспитания и обучения напрямую зависит от социального партнерства между детьми и родителями. (Кон И.С. М., 1968). В то время как семья Слепцовых предпочитает жить в соответствии с традициями, касается это трудовой деятельности или быта, то некоторые семьи эвенов все больше отступают от традиционных норм и работают не в стадах, а в поселках.

После смерти жены Константин Николаевич женился во второй раз Потаповой Елизавете Елисеевне, на якутке, которую дети называют второй мамой. Елизавета работает чумработницей, она хорошо шьет, мастерица своего дела, любит ходить вместе с мужем на охоту. В 2007 году у них родился сын Прокопий. Трудовая социализация осуществлялась через непосредственное участие детей в повседневной практике семьи и путем ориентации их взрослыми на различные трудовые роли. Промысловый таежный быт семьи требовал усилий всего коллектива, в т.ч. и посильной помощи подростков и детей (Выготский Л.С. М., 1991).

Константин Николаевич с малых лет приучает своих детей в деле поддержания оленеводческого хозяйства и передает навыки его ведения. Дети, как и взрослые в соответствии с традициями ,осуществляют выпас и уход за животными на базовых стоянках. Они с оленеводами дежурят в течение суток, сменяя друг друга по очереди через каждые 8-12 часов. Обязанности дежурного входит в постоянное наблюдение за стадом во время пастьбы, при перегоне на новое место выпаса и разыскивании оленей, в случае, если несколько животных отобьются от стада. За отбившимися животными летом следуют пешком, а зимой на лыжах или на нартах. Дети долгое время работающие ,вместе с пастухами в стадах, наблюдательны и хорошо знают особенности животных. Они могут быстро отобрать в стаде верховых или упряжных оленей или заметить отсутствие даже небольшого их числа. Вместе со взрослыми дети проводят осмотр оленей, учатся лечить копыта, отпиливают верхние ветви рогов самцов перед гоном (в конце лета- начале осени), чтобы они не повредили друг друга в брачный период, и помогают обслуживать новорожденных телят, в конце апреля после отела важенок. Важно подчеркнуть, что своеобразные обычаи, диктуемые образом жизни в тундре, выработаны и в области семейных отношений у коренных народов Севера, что, конечно же, влияет на воспитание детей. (Волков Г. Н. Элиста, 2003).

2.2. Воспитание детей через игру

В условиях Севера снижения заболеваемости здоровья детей очень важна. Игры занимают одно из ведущих мест в воспитательном процессе. Своим внукам Константин Николаевич любил вырезать фигурки оленей, лошадей и собак из рога горного барана или из дерева. Он считает, что эвены с помощью игрушки приобщают ребенка к традиционному хозяйству. Игрушки, в данном случае, становятся как бы символами, говорящими о будущей хозяйственной деятельности. Обычай дарения таких игрушек известен у подавляющего большинства народов мира (Усова А.Б. М., 1976). Константин Николаевич считает, что в неблагоприятных климатических условиях снижается двигательная активность детей, которое отрицательно складывается на общем и физическом развитии детей, поэтому он стремится к тому, чтобы подвижная игра прочно вошла в их повседневную жизнь. Обучая детей народным подвижным играм своего народа, он тем самым помогал сохранить знания об их жизни, труде, быте, сохранить уникальность эвенского народа. Именно через игры воспитывает любовь к природе, укрепляет здоровье, способствует выработке ловкости, выносливости, твердости и настойчивости как качеств, особенно необходимых при занятиях оленеводством. Подвижные игры влияют на развитие чувств и эмоций, поскольку радость движений усиливается наличием веселых, комических ситуаций соревновательного настроения. Среди игр и развлечений можно выделить национальные виды соревнований, которые сопровождают праздники, связанные с хозяйственной деятельностью. Из них наиболее распространены: гонки на оленьих упряжках, метание аркана, прыжки через нарты, стрельба по мишеням, бег на лыжах. Во всех состязаниях, конечно, важен результат, желание стать победителем. Здесь проявляется мастерство и умение каждого из участников, их умения и навыки, заложенные с детства. Дети коренных народов Сибири в возрасте от 10 до 14 лет уже начинают самостоятельно охотиться на водоплавающую дичь, помогают старшим в изготовлении ловушек и прочего охотничьего снаряжения. В связи с этим их игры приобретают промысловую направленность, готовят к суровым условиям кочевого и полукочевого образа жизни, способствуют воспитанию физических качеств, специальных двигательных навыков, необходимых в дальнейшем для самостоятельного ведения промысла. (Василевич Г. М. Л., 1969.).

2.3. Воспитание любви к родной природе

Традиционная педагогическая культура эвенов веками накапливала опыт воспитания подрастающего поколения, который непосредственно выводился из реальной жизни. В свою очередь, вся жизнь эвенов была тесно связана с окружающей природой, что предопределило влияние природы на воспитательные процессы. Воспитание детей всегда была важнейшей функцией эвенской семьи и ее роль, в формировании личности, считалась определяющей. Кочевой уклад жизни обусловил создание своеобразной системы воспитания детей, опирающейся на традиционные основы жизнедеятельности этноса - на специфические отрасли северного хозяйства: оленеводство, охотничий и рыболовный промыслы, передачу многовекового опыта жизни в суровых условиях Севера, нравственно-этических норм, гармонизировавших с окружающей средой из поколения в поколение. Эвены воспитывают своих детей на примере вековых традиций хозяйствования народа, сохраняющего кочевой уклад жизни. (Википедия. Эвены) Дети Константина Николаевича обладают разносторонними и глубокими знаниями о родной природе, систематически применяют их в процессе природоохранной деятельности в соответствии с народными традициями и обычаями, у них сформирован устойчивый интерес к изучению родной природы. Они проявляют активность в решении экологических проблем ближайшего окружения, умеют видеть и ценить красоту окружающей природы, у них проявляется чувство ответственности за сохранение природы. (Василевич Г. М. Л., 1969.)

Рассказ Алены: « Нас родители с малых лет учили к бережному отношению к природе родного

края. Отец всегда говорит, никогда не забывайте, что нас кормят, одевают наши олени, а от природы нужно взять понемногу, только то, что нужно сейчас. Эвен не должен обижать мать природу. Именно его знания и тесная связь с окружающей природой, в школьные годы, дала возможность заниматься нам исследовательской работой. Я и Костя являемся неоднократными призерами районной научно- практической конференции школьников «Шаг в будущее» . Наши работы отражали жизнь и быт эвенов, труд оленеводов, изучали особенности природы местности Муола, биологические особенности строения оленей».

Как и каждый эвен Константин Николаевич делится знаниями по изучению природы, приучает своих детей к почитанию родных мест, привязанность к родным просторам, учит, что нельзя ломать деревья, кричать в тундре, пугать птиц и животных. В каждом предмете и объекте своего окружения он видит живую душу. Состояние хрупкости природы всегда воспринималось и осознавалось эвенами как предмет особой заботы. Константин Николаевич рассказывает: «Дети знают, что, придя на новое место, надо угостить духов кусочками еды, которую взяли с собой. Эвены говорят так: «Неизвестную тебе землю, приходя, всегда угощай, благодари, чтобы охота или рыбалка прошла удачно, чтобы тундра тебя приняла и после вернула обратно, чтобы ты не потерялся и не пропал». Мои дети тоже стараются соблюдать обычаи эвенов. После удачной охоты или рыбалки, по эвенским обычаям, уловы или добычу делим с другими семьями. Дети знают, что надо поступать так, иначе в следующий раз окажешься без добычи.

2.4. Эстетическое воспитание

Особое место в воспитательных традициях эстетического воспитания являлись и народные промыслы. Скучность окружающего ландшафта способствовала возникновению и развитию особых эстетических требований к материальной культуре народа. Ни одни унты, ни одна шуба не шились женщинами – эвенами без декоративных украшений. Оленьи упряжки обильно украшались тканями различного цветосочетания. В отличие от произведений искусства, природа натуральна и подвижна. Картины природы всегда свежи и естественны, в них обширный спектр красок, который постоянно меняется в зависимости от времени года, суток и погоды. Поэтому цвета отражают природную палитру - цвета земли, неба, растений, солнца и снега. Все это отражалась в вышитых нашими предками узорах, где преобладали сочные теплые тона красного, желтого и синего цвета. (Василевич Г. М. Л., 1969).

Рассказ Алены, дочери Константина Николаевича: «Наша мама умела ловко выделывать и обрабатывать шкуры. Она показывала, как нужно разминать шкурки мелких животных, выкраивать и подбирать по цвету кусочки меха, ткани. Мама, когда я была маленькой, учила меня шить одежды для куклы, учила владеть иглой, чтобы пришить оторвавшуюся пуговицу, зашить разорвавшуюся по шву одежду. То, чему она меня учила, пригодилось в моей дальнейшей жизни».

Вывод

1. Вся жизнь Константина Николаевича Слепцова была тесно связана с окружающей природой, кочевым образом жизни. Любовь к северному оленю и оленеводству он передавал и передает из поколения в поколение. Поэтому вся его семья :дети и внуки , в отличие от других семей эвенов, занимаются традиционной отраслью хозяйства эвенов: оленеводством.
2. Константин Николаевич считает, что успешное решение воспитательной задачи во многом зависит от правильной постановки физического, трудового, эстетического, экологического воспитания, начиная с самого раннего возраста.

3. Дети Константина Николаевича отмечают позитивный интерес отца к себе. Они воспринимают его не только как кормильца и непосредственного наставника, но и примером для подражания ведущего ЗОЖ, умеющего организовывать и поддерживать оленеводческое хозяйство на должном уровне .

4. Константин Николаевич предпочитает жить в соответствии с традициями и свои традиции и обычаи, любовь к кочевому образу жизни прививает к своим детям, внукам и сыну Андрею Константиновичу Слепцову, который приезжал в гости отцу из Латвии (г.Рига), чтобы узнать свои корни, познакомиться с жизнью своих предков.

Литература

1. Бестужев-Лада И. В. Ступени к семейному счастью, М., Мысль. 1988
2. Василевич Г. М. Эвенки: Историко-этнографические очерки (XVIII - нач. XX вв.). Л., 1969.
3. Волков Г. Н. Этнопедагогика: предмет, проблемы, современные поиски// Становление этнопедагогики как отрасли педагогической науки: Материалы научно-практической конференции (6 - 7 декабря 2001 г.). Элиста, 2003.
4. Выготский Л.С. Воображение и творчество в детском возрасте. - М., 1991.
5. Гребенников И. В. Этика и психологи семейной жизни, М., 1986
6. Ковалев С. В. Психология семейных отношений. М., 1989) Кон И.С. Социология личности. - М., 1968.
7. Кон И.С. Социология личности. - М., 1968.
8. Усова А.Б. Роль игры в воспитании детей. - М., 1976.
9. Эвены. Википедия

References

1. Bestuzhev-Lada I. V. Stupeni k semejnomu schast'yu, M., Mysl'
2. Vasilevich G. M. EHvenki: Istoriko-ehtnograficheskie ocherki (XVIII - nach. XX vv.). L., 1969.
3. Volkov G. N. EHtnopedagogika: predmet, problemy, sovremennyye poiski// Stanovlenie ehtnopedagogiki kak otrasli pedagogicheskoy nauki: Materialy nauchno-prakticheskoy konferentsii (6 - 7 dekabrya 2001 g.). EHlista, 2003.
4. Vygotskij L.S. Voobrazhenie i tvorchestvo v detskom vozraste. - M., 1991.
5. Grebennikov I. V. EHtika i psikhologi semejnoy zhizni, M., 1986
6. Kovalev S. V. Psikhologiya semejnykh otnoshenij. M., 1989) Kon I.S. Sotsiologiya lichnosti. - M., 1968.
7. Kon I.S. Sotsiologiya lichnosti. - M., 1968.
8. Usova A.B. Rol' igry v vospitanii detej. - M., 1976.
9. EHveny. Vikipediya

Политология

БОЛЬШАЯ БЛИЖНЕВОСТОЧНАЯ ТРОЙКА: РОССИЯ, ТУРЦИЯ, ИРАН

THE MIDDLE EAST BIG THREE: RUSSIA, TURKEY, IRAN

Авторы: Ильин Артем Анатольевич

Аннотация: В статье рассматриваются взаимоотношения России, Турции и Ирана по Сирии. Анализируются особенности положения Ближнего Востока в современном мире. Делается попытка определить стратегические цели и охарактеризовать закономерности тактических действий России, Турции и Ирана в рамках всей ближневосточной территории.

Ключевые слова: «Большая тройка», ИГИЛ, сирийский конгресс

Annotation: The article discusses the relations between Russia, Turkey and Iran on Syria. Analyzed the peculiarities of the situation in the Middle East in the modern world. Attempt to define strategic goals and to describe patterns of tactical actions of Russia, Turkey and Iran throughout the middle East territory.

Keywords: The "big three", ISIL, the Syrian Congress

УДК 327.8 (100)

23 ноября в Сочи состоялись переговоры лидеров России, Ирана и Турции по Сирии. Многие СМИ сравнили эти переговоры со знаменитой встречи в Ялте 1945 году. Тогда руководители СССР, США и Великобритании договаривались об послевоенной обустройстве мира. Здесь, конечно, масштаб меньше, региональный, но принцип тот же.

Военная задача практически завершена, ИГИЛ – разгромлен, Сирия – не распалась и спасена. Теперь надо конструировать новое политическое пространство и дело здесь не только в Сирии. Арабские революции снесли прежнее устройство мира. Стимулировали эти революции США. Они организовали там, якобы «управляемый хаос». Такое управление привело к подъему терроризма и Исламское государство стало мощной силой. А теперь, после разгрома ИГИЛ, американцы оказались на «обочине» и это для них не привычно, значит, будут вставлять палку на колеса.

Политическая задача не менее сложна, чем военная операция. У всех разные интересы, даже в коалиции России – Иран – Турция интересы полностью не совпадают. Помимо этих государств еще Саудовская Аравия, Ирак, Катар, Израиль и здесь потребуется политическая мудрость, терпение и прежде всего от России. Сейчас, Россия лидер процесса переустройства Ближнего Востока.

Будущая Сирийской государственности, безусловно, формируется в Дамаске, но, то, как будет устроена новая Сирия, какими гарантиями будут в ней обладать те или иные меньшинства

региона, зависит от позиции ведущих держав. Таких держав для Сирии сейчас всего три: Россия, Иран и Турция.

Визит Башара Асада в Сочи, накануне встречи там же «большой тройки», это возможность еще раз убедиться в том, насколько в Дамаске понимают, что военные успехи, которые были бы недостижимы без России, это только начало пути.

Широкомасштабная военная операция в Сирии близится к концу. За два с небольшим года, прошедших с появления там российской боевой авиации на территории, контролируемой террористами съезжались в разы. Башар Асад, набравший политический вес и окрыленный боевыми успехами, должен, тем не менее, также следовать взятым на себя политическим обязательствам, как Россия до сих пор следует своим союзническим.

Свидетельством того, что Президент Сирии в полной мере понимает значимости в необходимости внутривнутриполитических реформ на данном этапе, стало его поддержка скорейшего проведения в Сочи конгресс сирийского народа. Ожидается, что в конгрессе примут участие свыше одной тысячи представителей различных политических, этнических и религиозных групп.

Встречу лидеров «большой тройки» России, Турции и Ирана в Сочи уже назвали аналогом Ялтинской конференции глав государств антигитлеровской коалиции в далеком 1945 году. Аналогия понятна, тема послевоенного устройства целого региона вновь собрала на черноморском побережье за одним столом руководителей стран с очень разными взглядами на то, каким должен быть мир после войны. И, тем не менее, декларирующими свою готовность к компромиссам во имя победы, следующим шагом, который, по общему мнению, должен стать сирийский конгресс в Сочи.

Турок волнует тот статус, которым на конгрессе будут представлены сирийские курды. Их опасения вполне понятны, особенно учитывая деструктивную роль, которую в Сирии сейчас пытаются сыграть американцы, используя курдскую карту, как единственный способ оставаться в игре. При этом, Президент Турции Реджеп Эрдоган, еще совсем недавно настаивающий на исключение Башара Асада из политического процесса, сейчас согласен с тем, что без него урегулирование будет невозможно.

Для Ирана крайне важен вопрос международного вмешательства в сирийские дела, при всех возможных противоречиях, Тегеран, безусловно, признает право России и Турции на участие в урегулировании ситуации в Сирии, но вовлечение в этот процесс Саудовской Аравии и стоящих за ней США, вызывает у Ирана серьезные беспокойства.

В Иране не могут не видеть, что по мере стабилизации в Сирии, следующая коалиция во главе США уже создается против них. Опубликованная недавно информация о том, что Вашингтон, чьи войска находятся в Сирии вопреки всем нормам международного права, не намерен уходить из страны и после окончания там боевых действий, это тревожный сигнал для Тегерана.

Вышло так, что Турцию и Иран кровно заинтересованных в нормализации обстановки в Сирии, имеющих очень много противоречий, от вечных религиозных до сиюминутных региональных сблизил Россия. Понятно, что пока этот союз скорее тактический, а не стратегический. Однако, в случае успеха площадка сирийского урегулирования может стать стартовой на куда более серьезного регионального проекта.

Список интересов Москвы в регионе, куда короче и откровеннее, чем у Турции и Ирана.

Президенты этих стран приезжают к Владимиру Путину, зная, что он заинтересован не только в том, чтобы договориться с ними по Сирии, но и выстроить стратегическое взаимодействие в целом и на долгую перспективу. И дело даже не в том, что кроме Сирии у России, Турции и Ирана сегодня есть множество других точек для приложения совместных усилий, а в том, что три самостоятельные державы, действующие в согласии, могут очень многое поменять в современном мире.

Литература

1. Колобов О.А. Современная российская политика на ближнем востоке: Стратегические цели и тактические действия. Вестник МГИМО-Университета. 2017;55(4):83-98. Doi:10.24833/2071-8160-2017-4-55-83-98

References

1. Kolobov O.A. Contemporary Russian policy in the middle east: Strategic goals and tactic actions. MGIMO review of international relations. 2017;55(4):83-98. (in russ.) Doi:10.24833/2071-8160-2017-4-55-83-98

Право

ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОРЕННЫХ МАЛОЧИСЛЕННЫХ НАРОДОВ СЕВЕРА, ВЕДУЩИХ КОЧЕВОЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)

THE LAW BACKGROUND OF INDIGENOUS SMALL- NUMBERED PEOPLES OF THE NORTH, LIVING NOMADIC LIFESTYLE IN THE SAKHA (REPUBLIC) YAKUTIA

Авторы: Корякин Клим Дмитриевич

Аннотация: В статье рассматриваются законодательные аспекты развития кочевых общин коренных малочисленных народов Севера. Автором рассмотрены вопросы развития традиционных отраслей хозяйствования, степень занятости, уровень, качество и условия жизни малочисленных народов, ведущих кочевой образ жизни.

Ключевые слова: Коренные малочисленные народы России, кочевой образ жизни, кочевая семья, общины, идентичность.

Annotation: The article touches upon the law aspects of nomadic communities development in small-numbered peoples of the North. The author studies the development of traditional household, rate of employment, level, quality and living terms of small-numbered nomadic peoples.

Keywords: Small-numbered peoples of Russia, nomadic lifestyle, nomadic family, communities, identity.

УДК 341.01.

«Кочевой дух» как ценность кочевого образа жизни способствует самоидентификации кочевника^[1]. В Российской Федерации родовые, родоплеменные кочевые общины коренных малочисленных народов Севера как объединения представителей этих народов стали образовываться в 90-е годы прошлого столетия в целях коллективного осуществления традиционной хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов Севера. Данные объединения способствовали выживанию коренных малочисленных народов Севера, сохранению и развитию их материальной и духовной культуры, открывали доступ к природным ресурсам и контролю за их использованием, позволяли рассчитывать на помощь государства, усиливали позиции коренных малочисленных народов Севера во взаимоотношениях с органами государственной власти.

Среди исследований, посвященных современному состоянию развития коренных малочисленных народов Севера, выделяются работы В.А. Кряжкова, Т.В. Заметиной, П.В. Гоголева, Ю.Д. Петрова, А.Н. Слепцова.

В Республике Саха (Якутия) создана необходимая правовая база в области защиты прав

коренных малочисленных народов Севера Республики Саха (Якутия), ведущих кочевой образ жизни.

Стоит отметить, что законодательство Республики Саха (Якутия) в области защиты прав КМНС стало складываться еще до принятия Конституции РФ 1993 г. и в связи с этим получило несколько иное по сравнению с другими субъектами Федерации развитие. В марте 1991 г. был принят Закон ЯАССР «О местных советах народных депутатов и местном самоуправлении». С этим законом связывают начало государственной политики содействия самоопределению малочисленных народов Севера, гарантировавшей им право создания своих самоуправляемых территорий. Национальным административно - территориальным единицам предоставлялся широкий круг полномочий, например, без согласия Совета не разрешалось строительство крупных промышленных и гражданских объектов, а также проведение любых работ, отрицательно влияющих на окружающую среду^[2].

Закон Республики Саха (Якутия) от 23 декабря 1992 года N 1278-XII "О родовой, родоплеменной кочевой общине коренных малочисленных народов Севера" положил начало формирования законодательства Республики Саха (Якутия) об общинах.

В настоящее время законодательство Республики Саха (Якутия) об общинах составляют Закон Республики Саха (Якутия) от 17 октября 2003 года 82-3 N 175-III "О родовой, родоплеменной кочевой общине коренных малочисленных народов Севера" и Закон Республики Саха (Якутия) от 31 марта 2005 года 227-3 N 461-III "О правовом статусе коренных малочисленных народов Севера". В том числе принят Закон Республики Саха (Якутия) от 25 июня 1997 года 3 N 179-I "О северном домашнем оленеводстве". Согласно указанному закону северное домашнее оленеводство - традиционная отрасль хозяйствования, занимающаяся разведением и хозяйственным использованием оленей, гарантирующая сохранение уклада жизни, культуры, традиций малочисленных народов.

Закон Республики Саха (Якутия) от 17 октября 2003 года 82-3 N 175-III "О родовой, родоплеменной кочевой общине коренных малочисленных народов Севера" регулирует взаимоотношения общин с органами государственной власти и органами местного самоуправления, вопросы государственного социального страхования и социального обеспечения членов общины, определяет обязанности общин в природоохранной сфере, право на землепользование, преимущественное право на использование биологических ресурсов, устанавливает возмещение убытков в случае нанесения ущерба охотничьему угодью.

В ходе реализации указанного закона во многих национальных селах и поселках общины стали единственными хозяйствующими субъектами, выполняющими социальные функции.

По состоянию на 2016 год оленеводством занимаются 88 общин, промысловой охотой - 217 общин, рыболовством - 170 общин. В реестре некоммерческих организаций зарегистрирована 161 община. За последние три года на поддержку северного домашнего оленеводства общинам, занимающимся традиционной хозяйственной деятельностью малочисленных народов, предоставлены средства в сумме 651 422,2 тыс. рублей, на поддержку охотничьего хозяйства - в сумме 16 558,3 тыс. рублей.

В период с 2012 по 2016 год на укрепление материально-технической базы общин (некоммерческих организаций) предоставлены средства в сумме 51 064,77 тыс. рублей, на организацию занятости и отдыха детей на производственных базах общин - в сумме 2 513 тыс. рублей.

На особо охраняемых природных территориях Республики Саха (Якутия), включая природные парки и ресурсные резерваты, площадью около 16,4 млн. гектаров ведут традиционную хозяйственную деятельность малочисленных народов 62 общины. За объединениями общин закреплено почти 50 млн. гектаров охотничьих угодий.

Закон Республики Саха (Якутия) от 15 июня 2016 г. 1660-З N 963-V "О кочевой семье" устанавливает правовые основы сохранения и поддержки своеобразного социального института коренных малочисленных народов Севера Республики Саха (Якутия) - кочевой семьи, проживающей в экстремальных природно-климатических условиях и являющейся основой сохранения и развития оленеводства, и направлен на улучшение социально-демографической ситуации в Республике Саха (Якутия) и формирование этнокультурной идентичности коренных малочисленных народов Севера, ведущих кочевой образ жизни, в Республике Саха (Якутия).

По состоянию на 1 января 2015 года в 20 улусах (районах) Республики Саха (Якутия) традиционный кочевой образ жизни вели 295 кочевых семей (904 человека взрослого населения и 541 ребенок) против 424 кочевых семей (1175 человек взрослого населения) в 2005 году.

За последние годы развитие традиционных отраслей хозяйствования, степень занятости, уровень, качество и условия жизни малочисленных народов, ведущих кочевой образ жизни, остаются не на должном уровне. Не первый год остается актуальной проблема кадрового обеспечения. Согласно данным Всероссийской переписи населения 2002 и 2010 годов рост численности малочисленных народов в местах их традиционного проживания и традиционной хозяйственной деятельности не наблюдается. По данным Государственного комитета Республики Саха (Якутия) по делам Арктики, в период с 2009 по 2015 год численность оленеводов уменьшилась на 248 человек. Для решения этого вопроса необходимо разработать и принять отдельную целевую программу для поддержки молодых оленеводов, выезжающих работать на Север.

Потенциальную угрозу для жизнедеятельности общин имеют ограничения, закрепленные федеральными законами и нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, касающиеся земельных отношений, недропользования, рыболовства и охоты.

В целях обеспечения гарантий государственной защиты прав коренных малочисленных народов Севера, проживающих на территории Республики Саха (Якутия), признания и соблюдения этих прав органами государственной власти Республики Саха (Якутия), органами местного самоуправления, организациями и предприятиями, их должностными лицами была учреждена должность Уполномоченного по правам коренных малочисленных народов Севера в Республике Саха (Якутия) Законом Республики Саха (Якутия) от 24 июня 2013 г. 3 N 1327-IV "Об Уполномоченном по правам коренных малочисленных народов Севера в Республике Саха (Якутия)". Появление нового института - является новацией в законодательном регулировании и практике защиты прав малочисленных народов.

С каждым годом увеличивается количество обращений граждан в адрес Уполномоченного по правам коренных малочисленных народов Севера в Республике Саха (Якутия). В 2014 г. зарегистрировано 65 обращений, в 2015 г. - 75 обращений, а в 2016 г. - 80 обращений граждан. Одним из наиболее актуальных тем обращений граждан в адрес Уполномоченного остаются обращения по вопросам образования. В 2016 г. по данному вопросу поступило 25 обращений граждан, а в 2015 г. 22 обращения.

В 2012 году на Учредительном съезде кочевых родовых общин коренных малочисленных

народов Севера Республики Саха (Якутия) было принято решение о создании Союза общин коренных малочисленных народов Севера Республики Саха (Якутия). Согласно учредительному договору в союз вошли кочевые родовые общины коренных малочисленных народов Севера Республики Саха (Якутия) эвенков, эвенов, юкагиров, долган, чукчей:

- Родовая кочевая община общины коренных малочисленных народов Севера – эвенков «Тяня» - (Равнина);
- Кочевая родовая община общины коренных малочисленных народов Севера – эвенков «Эжанская»;
- Родовая кочевая община общины коренных малочисленных народов Севера – эвенков «Бугат» (Родина);
- Эвенкийская родовая община «Морсо»;
- Союз родовых кочевых общин «Орон» (Олень).

Вместе с тем положение общин продолжает усугубляться в связи с отсутствием координации их деятельности, гарантированного права на пользование земельными участками для осуществления традиционной хозяйственной деятельности малочисленных народов, целевой государственной программы, изъятием земельных и лесных участков под промышленную разработку месторождений, нехваткой квалифицированных кадров и другими причинами.

Подводя итоги вышесказанному, необходимо:

- обеспечить представительство общин в экспертной комиссии этнологической экспертизы;
- создать специальное ведомство, обеспечивающее решение вопросов по экономическому развитию общин;
- разработать механизм, предусматривающий предоставление общинам преимущественного права на закрепление рыбопромысловых участков по итогам конкурса.

Литература

1. Астахова И.С. Защита коренных малочисленных народов Севера в региональных парламентах России (на примере Государственного Собрания (Ил Тумэн) Республики Саха (Якутия)) // Научные проблемы гуманитарных исследований. – 2010. - №8. – С. 12-23.
2. Крадин Н.Н. Кочевники Евразии. – Алма-Ата, 2007. – 416 с.

Reference

1. Astakhova I. S. the Protection of indigenous peoples in the regional parliaments of Russia (on the example of the State Assembly (Il Tumen) of the Sakha Republic (Yakutia)) // Scientific problems of humanitarian studies. – 2010. - No. 8. – S. 12-23.
2. Kradin N. N. Nomads Of Eurasia. – Almaty, 2007. – 416 p

Социология

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ОСНОВЕ АДАПТИВНОЙ МОДЕЛИ

FORECASTING OF POPULATION ON THE BASIS OF ADAPTIVE MODEL

Авторы: Баранова М.А., Галиаскарова Г. Р.

Аннотация: В данной работе строится адаптивная модель численности населения города Стерлитамак. Графически показаны фактические и расчетные среднегодовые показатели. Проведены расчеты прогнозных значений по модели Брауна. Также составляется прогноз среднегодового показателя и показателя количество прибывших по городу.

Ключевые слова: Прогнозирование, демография, показатель, население, модель Брауна.

Annotation: In this work the adaptive model of population of the city of Sterlitamak is under construction. The actual and settlement average annual indicators are graphically shown. Calculations of expected values for Brown's model are carried out. Also the forecast of an average annual indicator and indicator quantity arrived around the city is formed.

Keywords: Forecasting, demography, indicator, population, Brown's model.

УДК 314.88

В каждом государстве ведется анализ демографической ситуации для того, чтобы иметь представление о происходящих изменениях, а также для возможности прогнозирования некоторой сложившейся тенденции в будущем.

Для определения дальнейшего направления социально-экономической политики города необходимо прогнозировать демографические показатели.

Для возможности прогнозировать и вычислять некоторые показатели во времени, при этом отслеживая их меру и влияние на ситуацию, используют адаптивные модели. Одной из таких моделей является – модель Брауна. С помощью этой модели была построена модель, которая позволяет прогнозировать численность населения г. Стерлитамака.

Для прогнозирования среднегодового показателя численности населения по методу Брауна были выбраны данные в период с 1980 по 2016 года.

В ходе работы для среднегодового показателя был определен параметр сглаживания $\alpha=0,4$.

Начальные оценки параметров обоих показателей были получены по первым пяти точкам, с помощью метода наименьших квадратов. В результате было получено следующее уравнения тренда для среднегодового показателя $y = 3322,3x + 217348$.

Таким образом, начальные оценки показателей равны $a_0=217348$, $a_1=3322$ для среднегодового показателя. Результаты построенной модели для среднегодового показателя приведены на рисунке 1.

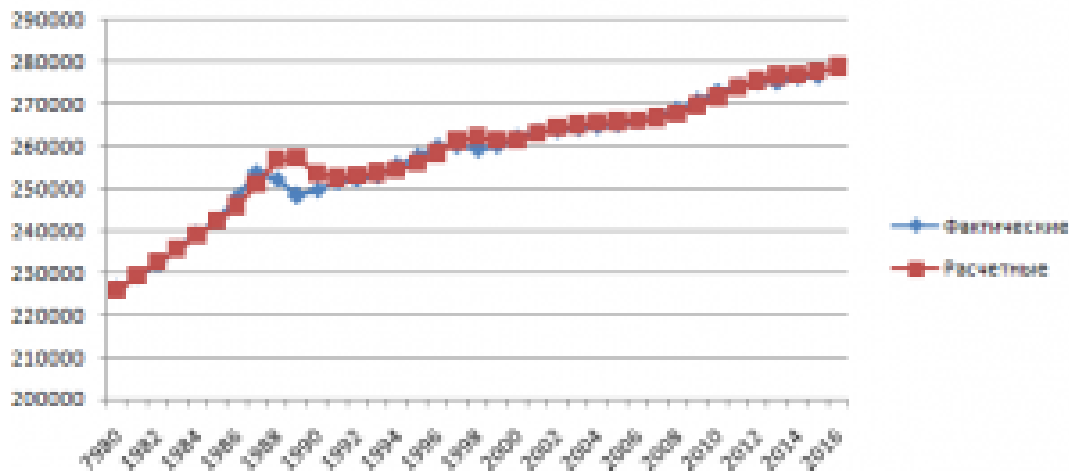


Рис. 1. Среднегодовая численность населения

Конечным шагом будет являться прогнозирование численности населения по полученной модели Брауна.

В результате расчетов прогнозные оценки по модели Брауна составили следующие значения, представленные в таблице 1.

Таблица 1

Показатель численности	Время t	Шаг k	Прогноз $Y_p(t)$	Нижняя граница	Верхняя граница
Среднегодовой	2017	2	278704,5	278716,7	278692,3

В ходе проведенного анализа прогнозное значение среднегодового показателя составило 278704. Приведенные результаты несколько выше, чем коэффициенты прошлых лет.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать определенные выводы: наблюдается тенденция увеличения численности населения в городе, которое относительно данных прошлых лет увеличивается на небольшой коэффициент.

Литература

1. Беляева, М.Б. Прогнозирование временного ряда на основе скрытых Марковских цепей / М.Б. Беляева // Математическое моделирование процессов и систем: сб. V всерос. науч.-практич. конф.-Стерлитамак, 2016. – С. 85-92.
2. Галиаскарова, Г.Р. Анализ демографии в России с помощью математических методов / Г.Р. Галиаскарова, Л.А. Мирзагалиева, Д.М. Уляева, А.Р. Гильфанова // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. – 2014. – т.2. №6. – С. 107-108.
3. Мухаметшин, А.И. Прогнозирование показателей численности населения и смертности в городе стерлитамак / А.И. Мухаметшин, Г.Р. Галиаскарова // [Актуальные проблемы современных общественных наук. Социальный вектор развития государственного управления и экономики](#): сб. VI всерос. науч.-практич. конф. – Уфа, 2016. – С. 105-107.

4. Наумов, С.Н. Краткосрочный прогноз и прогнозная оценка по модели Брауна демографии республики Башкортостан / С.Н. Наумов, Г.Р. Галиаскарова // [Актуальные проблемы современных общественных наук. Социальный вектор развития государственного управления и экономики](#): сб. VI всерос. науч.-практич. конф. – Уфа, 2016. – С. 122-125.
5. Половников, В.А. Экономико-математические методы и прикладные модели: учебное пособие / В.А. Половников, И.В. Орлова, А.Н. Гармаш. – ИНФРА-М: Москва, 2002. – 98 с.
6. Фаизова, С.Р. Прогнозирование показателей численности населения / С.Р. Фаизова, Г.Р. Галиаскарова // Материалы и методы инновационных исследований и разработок: сб. межд. науч.-практич. конф. – Челябинск, 2016. – С. 176-178.

Reference

1. Belyaeva, M. B. Prediction of time series based on hidden Markov chains / M. B. Belyaeva // *Mathematical modelling of processes and systems: proceedings of V all-Russia. scientific.-practical. Conf.-Sterlitamak, 2016.* – S. 85-92.
2. Galiaskarova, G. R. analysis of the demographics in Russia with the help of mathematical methods / G. R. Galiaskarova L. A. Murzagaliev, D. M., Ulaeva, A. R. Gilfanova // *Fundamental and applied studies in the modern world.* – 2014. – Т. 2. No. 6. – S. 107-108.
3. Mukhametshin, A. I. Forecasting of indicators of population and mortality in the city of Sterlitamak / A. I. Mukhamedshin, G. R. Galiaskarova // *Actual problems of modern social Sciences. The social vector of development of public administration and Economics: proceedings of the VI all-Russia. scientific.-practical. Conf. – Ufa, 2016.* – P.105-107.
4. Naumov, S. N. Short-term forecast and the forecast based on the model brown demographics of the Republic of Bashkortostan / S. N. Naumov, G. R. Galiaskarova // *Actual problems of modern social Sciences. The social vector of development of public administration and Economics: proceedings of the VI all-Russia. scientific.-practical. Conf. – Ufa, 2016.* – P. 122-125.
5. Polovnikov, V. A. Economic-mathematical methods and applied models: a tutorial / V. A. Polovnikov, I. V. Orlov, A. N. Garmash. – INFRA-M, Moscow, 2002. – 98 p.
6. Faizova, S. R. Predicting performance in population / S. R. Faizova, G. R. Galiaskarova // *Materials and methods of innovative research and development: proc. of the int. scientific.-practical. Conf. – Chelyabinsk, 2016.* – Pp. 176-178.

АНАЛИЗ ПРИЧИНЫ УСПЕХА КИТАЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ ДЖЕКА МА

ANALYSIS OF THE REASONS FOR THE SUCCESS OF CHINESE ENTREPRENEUR JACK MA

Авторы: Ильина Нина Александровна

Аннотация: Основная характеристика жизненных установок человека – это степень его активности. Человек, прежде всего, должен верить в свои силы и способности. Автор в статье анализирует жизнь выдающегося человека Джека Ма и делает попытку систематизировать причины успеха.

Ключевые слова: Джек Ма, причины успеха, бизнес

Annotation: The main characteristic attitudes of man is the extent of its activity. Man, first of all, you need to believe in their own strength and ability. The author of the article analyzes the lives of outstanding person Jack MA and makes an attempt to systematize the reasons for success.

Keywords: Jack Ma, the reasons for the success of the business

УДК 314.88

Джек Ма (Ма Юнь) – китайский предприниматель, который основал гигантскую интернет торговлю под названием «Alibaba Group» и является успешным бизнесменом не только в Китае, но и во всем мире.

Причины успеха китайского предпринимателя многогранны, среди них особую роль играют следующие аспекты в бизнесе:

1. Необходимо иметь видение, т.е. четко осознать свое текущее положение, определится со своими конкурентами, определить миссию, стратегию и цель деятельности. Иными словами, мы должны знать и осознать, чего именно мы хотим добиться.
2. Мы заботимся о наших клиентах, они стоят у нас первыми и только потом работники и акционеры. Потому что именно клиенты дают нам доходы от нашей деятельности, а сотрудники работают с нашими клиентами и помогают улучшать компанию. Акционеры всего лишь нас финансируют и в любой момент они могут исчезнуть, особенно в кризисных ситуациях, а клиенты и работники остаются.
3. Необходимо давать ценность другим, т.е. найти других и помочь им. Мы в Китае достигаем успех помогая другим, улучшая их жизнь.
4. Проблемы в компании должны решаться во всей сфере деятельности. При поиске возможности решения проблем не будьте близоруки, старайтесь охватить взглядом весь ландшафт своей профессиональной и финансовой деятельности, составив общую картину не поленитесь обшарить каждый уголок этого ландшафта. Потенциальная возможность может таиться где угодно.
5. Следует создавать простой продукт, которые будут доступны и понятны клиентам.
6. При создании бизнеса необходимо верить в его процветании даже тогда, когда она не прибыльна. Главное то, что она приносит пользу обществу.

7. Думайте иначе, а не как все. Необходимо рассмотреть с другой стороны, т.е. Следует рассматривать любимые варианты. Для вас не должно быть слишком ничтожных или недостойных возможностей. Используйте каждый шанс. Заметив простор для деятельности приложите все усилия, чтобы она была успешной. Помните, движение к большей цели состоит из мелочей.
8. Не бойтесь неудач. Вы сможете добиться успеха в выбранной сфере деятельности, вопреки любым обстоятельствам. Просто наберитесь стойкости, выносливости и духа победителя.
9. Действуйте без промедления. Чтобы добиться успеха, порой необходимо победить в гонке. Это не значит, что нужно бежать сломя голову. Иногда для того чтобы выиграть время достаточно правильно выбрать направление. Пусть ваша стратегия будет гибкой так вы сможете скорректировать свои действия учитывая неудачи.
10. Направляйте свои амбиции в нужное русло. Ваша деятельность должна быть проводником ваших амбиций. Сосредоточьтесь на своей цели и идите к ней не сворачивая с пути.
11. Будьте смелыми.
12. Ваша молодость - ваш шанс. Используйте энергию и фантазию юности в достижении поставленных целей.
13. Соберите свою команду, объединив ее общей целью. По мнению Ма, невозможно добиться успеха, если все что объединяет вашу команду это вы. Вам нужны единомышленники, связанные одной целью, идеей, миссией. Если каждый сотрудник будет работать не ради вас, а ради общей цели вы сможете использовать потенциал своих коллег по максимуму.
14. Готовьте себе замену. Понижайте зависимость команды от вас. Прививайте подчиненным навыки, которые у вас есть. Учите их тому что знаете сами. Со временем вы сможете переложить значительную часть своих обязанностей на команду. А позже и вовсе полностью доверить им руководство и заняться другими проектами.
15. Работайте с теми, чьи профессиональные навыки выше ваших. Если вам постоянно приходится давать специалистам советы, значит вы наняли не тех людей. Своей сфере сотрудник должен быть гораздо квалифицированное вас. Ваша задача действительно нанять хороших профессионалов, обеспечить им все условия для работы и не мешать.
16. Будьте волевым, мужественным и дальновидным руководителем. Стойкость, смелость и способность просчитывать ситуацию на несколько шагов вперед это то, что отличает хорошего начальника от посредственного. Лидер должен уметь рассмотреть возможности там, где другие видят лишь риски и проблемы. Когда команда готова сдаться и отступить руководителю необходимо проявить волю. Найти зацепку для решения задачи и заставить остальных продолжать движение к цели только так можно добиться действительно выдающихся результатов.
17. Упорство ключ к успеху. На пути к цели вашей команде придётся столкнуться с множеством препятствий. Порой они возникают в самом начале движения к цели и тогда очень важно не дать духом. Пусть цель работы станет маяком для вас и ваших сотрудников. С его помощью вы сможете пробиться через любые бури и достичь желаемого.
18. Ваши отношения важнее способностей. Будь то трудное время или благоприятное руководитель всегда должен оставаться спокойным, уверенным и целеустремленным. Достижение цели зависит от вашей точки зрения.
19. Принимайте решения руководствуясь здравым смыслом. Успешный руководитель далеко не всегда гений, который умнее своих сотрудников. Для лидера важно набрать команду хороших профессионалов, которым не стыдно обратиться за советом при принятии какого-либо решения. Квалифицированные сотрудники помогут вам просчитать последствия каждого шага и выбрать наиболее плодотворную стратегию. Лучше

прорабатывать все нюансы чем наспех состряпать грандиозный наполеоновский план и прогореть.

Таким образом, при создании бизнеса, необходимо быть смелым и что бы то не было, не опускать руки даже в том случае, если деятельность не приносит прибыль. Главное в том, что она приносит пользу обществу. И больше всего, акцент надо делать на клиентов, а не на акционеров, так как они являются основным источником дохода.

Литература

1. Alibaba. История мирового восхождения: [перевод с английского Сарычевой К.М.] / Дункан Кларк. – Москва: Издательство «Э», 2017. – 240 с. – (Top Business Awards).

Reference

1. Alibaba. History of world climbing: [English Sarychevoy K. M.] / Duncan Clark. – Moscow: Publishing House "A," 2017. – 240 S. – (Top Business Awards).

Технические науки

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ ПО СНИЖЕНИЮ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕТСКОГО ДОРОЖНО – ТРАНСПОРТНОГО ТРАВМАТИЗМА

ACTUAL PROBLEMS AND SOLUTIONS TO REDUCE THE INDICATORS OF CHILD ROAD TRANSPORT TRAUMATISM

Авторы: Друзьянова Варвара Петровна, Петров Николай Вадимович, Андреев Сергей Васильевич, Адамов Семен Степанович

Аннотация: В данной статье отражается размер социально-экономического ущерба от дорожно – транспортного происшествия. Рассмотрен анализ дорожно-транспортных происшествий с участием детей по данным города Якутска. Показаны основные факторы риска дорожно – транспортного происшествия города Якутска.

Ключевые слова: Road accident, safety, children, car, road, factor

Annotation: This article reflects the amount of social and economic damage caused by a traffic accident. The analysis of traffic accidents involving children according to the city of Yakutsk is considered. The main risk factors of the road accident in Yakutsk are shown.

Keywords: Дорожно – транспортное происшествие, безопасность, дети, автомобиль, дорога, фактор

УДК 342.9

Ежегодно в Российской Федерации в результате дорожно-транспортных происшествий погибают или получают ранения свыше 275 тыс. человек. Демографический ущерб от дорожно-транспортных происшествий (ДТП) и их последствий за 2008-2015 гг. составил 571407 человек. Размер социально-экономического ущерба от ДТП и их последствий за 2008-2015 гг. оценивается в 8188,3 млрд руб., что можно сопоставить с доходами консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации за 2016 г. (8064,3 млрд руб.) [2]. По вине водителя в России происходит 90% аварий на дороге. По данным Росстата, причиной каждого третьего ДТП является превышение водителем максимально разрешенной скорости движения [1]. Трагическая статистика свидетельствует, что уровень дорожно-транспортных происшествий с участием детей по-прежнему остается высоким в городе Якутске [3]. За 12 месяцев 2015 года на территории столицы произошло 68 (77) дорожно-транспортных происшествий с участием детей, в результате которых погибло 2 (2) и 72 (81) юных участников дорожного движения получили различные травмы. Анализ состояния детского дорожно-транспортного травматизма показывает, что количество погибших детей на дорогах ежегодно увеличивается. К определяющим причинам высокого уровня дорожной аварийности в России, следуя отнести:

- пренебрежение участниками дорожного движения требованиями безопасности дорожного движения, недисциплинированность водителей транспортных средств и их недостаточная профессиональная подготовка, отсутствие необходимой ответственности руководителей транспортного комплекса всех уровней, отсутствие всеобщего понимания в обществе важности мероприятий по обеспечению безопасности дорожного движения;
- несовершенство системы управления безопасностью дорожного движения, отсутствие акцента на проблеме безопасности дорожного движения в государственной политике в области транспорта;
- недостаточность технического обеспечения системы безопасности дорожного движения в части несоответствия требованиям безопасности технического уровня дорожного хозяйства, транспортных средств, технических средств организации дорожного движения, обучения и переподготовки водителей, систем связи, своевременного обнаружения дорожно-транспортных происшествий и оказания первой медицинской помощи пострадавшим;
- высокие темпы автомобилизации в России и отставание темпов строительства новых и реконструкции эксплуатируемых дорог от темпов роста интенсивности дорожного движения.

Изучив и проанализировав состояние безопасности дорожного движения связанного с травматизмом детей по данным города Якутска, необходимо сделать вывод о том, что проблемы крайне серьёзны, что значительно сказывается на благосостоянии страны в целом. Чтобы нормализовать обстановку в сложившейся ситуации, необходимы быстроедейственные и кардинальные меры. Всё разнообразие мер, повышающих безопасность дорожного движения, можно подразделить по основным факторам риска ДТП:

- повышение безопасности поведения участников дорожного движения (фактор «человек») - предназначены для проведения мероприятий в рамках воспитательной, образовательной, законотворческой, политической, общественной деятельности, нацеленной на формирование безопасной модели поведения участников дорожного движения, посредством воспитания желательного и корректировки нежелательного поведения, а также для деятельности дорожных организаций в рамках аудита безопасности.
- повышение безопасности транспортных средств (фактор «автомобиль») - предназначены для проведения мероприятий в рамках деятельности, направленной на повышение надежности и безопасности, как самих транспортных средств, так и их эксплуатации.
- повышение безопасности дорожной инфраструктуры (фактор «дорога») предназначены для проведения мероприятий в рамках деятельности, связанной с планированием, проектированием, строительством, модернизацией, содержанием и эксплуатацией, как отдельных объектов дорожной инфраструктуры, так и целых сетей.

Литература.

1. Федеральная служба государственной статистики. URL:<http://www.gks.ru>
2. Федеральная целевая программа «Повышение безопасности дорожного движения в 2013-2020 годах». URL: <http://www.fcp-pbdd.ru>
3. Данные ГИБДД РС (Я) за 2015-2017 годы.

Literatura.

1. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki. URL:<http://www.gks.ru>
2. Federal'naya tselevaya programma «Povyshenie bezopasnosti dorozhnogo dvizheniya v 2013-2020 godakh». URL: <http://www.fcp-pbdd.ru>

3. Dannye GIBDD RS (YA) za 2015-2017 gody.

Конт. Номер 89644232650, Petnikvad1988@mail.ru

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БИОГАЗОВЫМ ТОПЛИВОМ ТРАНСПОРТНЫХ УСТАНОВОК С ДВИГАТЕЛЯМИ ВНУТРЕННЕГО СГОРАНИЯ В ТРУДНОДОСТУПНЫХ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

PROVISION OF BIOGAS FUEL TRANSPORT FACILITIES WITH INTERNAL COMBUSTION ENGINES IN HARD-TO-REACH SETTLEMENTS OF THE REPUBLIC OF SAKHA (YAKUTIA)

Авторы: *Петров Николай Вадимович, Кузьмина Регина Сергеевна*

Аннотация: *В данной статье рассмотрены возможности применения биогазовой технологии по переработке навоза крупного рогатого скота в труднодоступных населенных пунктах Республики Саха (Якутия) и возможность его применения. Показаны возможности применения биогаза в качестве топлива для автомобильного транспорта Республики. Анализированы сравнения годовых затрат автомобильного транспорта на бензин и биогазовое топливо по Республике Саха (Якутия).*

Ключевые слова: *Биогаз, бензин, дизельное топливо, двигатель внутреннего сгорания, биогазовая технология, экономический эффект.*

Annotation: *In this article, the possibilities of using biogas technology for processing cattle manure in the hard-to-reach settlements of the Republic of Sakha (Yakutia) and the possibility of its application are considered. The possibilities of applying biogas as a fuel for motor transport of the Republic are shown. Comparison of the annual costs of road transport for gasoline and biogas fuel in the Republic of Sakha (Yakutia).*

Keywords: *Biogas, gasoline, diesel fuel, internal combustion engine, biogas technology, economic effect.*

УДК 621.43

В настоящее время на территории Якутии имеется 297 труднодоступных населенных пунктов, где проживают 323 500 человек. Всем известно, что в некоторых из этих населенных пунктов отсутствуют автозаправочные станции (АЗС). Это говорит о том, что автовладельцы затрачивают дополнительные расходы для того чтобы добраться до АЗС.

И сейчас во время удорожания нефтепродуктов, для среднестатистического автовладельца наиболее экономически приемлемым является использование газа в качестве топлива для автомобиля. Также следует учесть, что двигатели внутреннего сгорания (ДВС) своими выбросами загрязняют окружающую среду, но при этом, если двигатель работает на газу, выбросов вдвое, а то и втрое меньше. Путем решения данных проблем, послужило бы использование биогазовой технологии утилизации сельскохозяйственных отходов. По своему химическому составу, биогаз напоминает природный газ и может быть применен в автотракторных двигателях внутреннего сгорания [5]. По данным Шведских и Швейцарских

ученых, биогаз может использоваться в ДВС, так как по экологическим характеристикам биогаз на 75% чище дизельного топлива и на 50% чище бензина. Токсичность биогаза для человека на 60% ниже традиционного топлива. Продукты его сгорания практически не содержат канцерогенных веществ. Влияние отработавших газов двигателей, работающих на биогазе, на разрушение озонового слоя на 60...80% ниже, чем у нефтяных видов топлива [6].

Внедрение данной технологии позволит решить проблему: во-первых, загрязнения окружающей среды отходами животноводства; во-вторых, загрязнения окружающей среды выбросами автотранспорта при использовании в качестве топлива бензина или дизеля.

В данной работе рассмотрена возможность применения биогазовой технологии по переработке навоза крупного рогатого скота в труднодоступных населенных пунктах Республики Саха (Якутия) и возможность его применения.

Для того, чтобы подсчитать количество газа, которое мы сможем получить путем переработки отходов, мы использовали литературные данные. По результатам многочисленных исследований российских и зарубежных ученых, из 1 кг навоза можно получать в среднем 0,04 м³ биогаза, из навоза свиньи 0,06 м³, из птичьего помета 0,07 м³ и из конского навоза 0,03 м³. Поскольку получаемый биогаз нас интересует в качестве моторного топлива, мы взяли его эквивалентные показатели: из 1 м³ биогаза получают 0,84 л дизельного топлива и 0,74 л бензина [1].

Нами произведены расчеты по возможному выходу биогаза из отходов животноводства и переведены, согласно эквивалентных показателей на количество получаемого дизельного топлива или бензина .

Таблица 1 - Получаемый биогаз в труднодоступных населенных пунктах Республики Саха (Якутия)

№	Наименование района.	Кол-во голов крупного рогатого скота, ед	Кол-во выделяемых отходов в день, кг	Выход метана в день, м ³
1	Абыйский	768	27648	1105,92
2	Аллаиховский	13	468	18,72
3	Анабарский	-	-	-
4	Булунский	72	2592	103,68
5	Верхнеколымский	280	10080	403,2
6	Верхоянский	4535	163260	6530,4
7	Жиганский	82	2952	118,08
8	Момский	674	24264	970,56
9	Нижнеколымский	15	540	21,6
10	Оймяконский	1904	68544	2741,76
11	Оленекский	85	3060	122,4
12	Среднеколымский	1776	63936	2557,44
13	Томпонский	2803	100908	4036,32
14	Усть-Майский	1082	38952	1558,08
15	Усть-Янский	106	3816	152,64
16	Эвено-Бытантайский	814	29304	1172,16
	ВСЕГО	15 009	540 324	21 612,96

Таким образом, имея возможность переработки отходов животноводства, мы по всей республике сможем получить 21 612,96 м³ биогаза в день и 7 888 730,4 м³ биогаза в год.

По данным на 2016 год количество автомобилей в личной собственности граждан Республики Саха (Якутии) имеет следующий вид (табл 2).

Таблица 2 - Количество автомобилей в личной собственности граждан в труднодоступных населенных пунктах Республики Саха (Якутия).

№	Наименование района.	Количество автомобилей.
1	Абыйский	909
2	Аллаиховский	610
3	Анабарский	784
4	Булунский	1 883
5	Верхнеколымский	946
6	Верхоянский	2 551
7	Жиганский	950
8	Момский	919
9	Усть-Майский	1 634
10	Нижнеколымский	978
11	Оймяконский	1 984
12	Среднеколымский	1 683
13	Оленекский	724
14	Томпонский	2 917
15	Усть-Янский	1 394
16	Эвено-Бытантайский	463
	ВСЕГО	21 329

Если считать, что в среднем годовой пробег автомобиля составляет примерно 15 000 км в год и затраты бензина на 100 км равны 10л, то один автомобиль затрачивает около 1 500л. топлива в год. При этом затраты одного автомобиля на бензин АИ-92 в год составят 76 500руб. Исходя из этих данных можно вычислить затраты по каждому району (табл.3).

Таблица 3 - Годовые затраты автотранспорта на бензин

В труднодоступных населенных пунктах Республики Саха (Якутия)

№	Наименование района.	Затраты на бензин, тыс.л	Затраты в тыс. руб.
1	Абыйский	13 636	69 539
2	Аллаиховский	915	46 665
3	Анабарский	1 176	59 976
4	Булунский	2 825	144 049
5	Верхнеколымский	1 419	72 369
6	Верхоянский	3 827	195 151
7	Жиганский	1 425	72 675

8	Нижнеколымский	1 467	74 817
9	Оймяконский	2 976	151 776
10	Оленекский	5 344	272 569
11	Среднеколымский	2 5245	128 749
12	Момский	1 086	55 387
13	Томпонский	4 376	223 151
14	Усть-Майский	8 219	419 144
15	Усть-Янский	2 091	106 642
16	Эвено-Бытантайский	695	35 420
	ВСЕГО	76 722	2 128 079

Структура поголовья скота по категориям хозяйств в труднодоступных населенных пунктах Республики Саха (Якутия) показывает, что основная часть приходится на мелкие и частные хозяйства и по всей республике составляет 23 745 хозяйств. При этом, если данные хозяйства начнут использовать биогазовую технологию переработки отходов, то смогут получить дополнительное топливо для нужд хозяйства в виде биогаза.

Установка биогазовых станций в труднодоступных населенных пунктах Республики Саха (Якутии) позволит не только улучшить экологическую обстановку путем снижения уровня загрязнения окружающей среды отходами животноводства, но и путем использования биогаза в качестве моторного топлива, что значительно снизит выбросы выхлопных газов двигателем внутреннего сгорания.

Нами предложено внедрение биогазовых станций в районах с достаточным количеством отходов животноводства для переработки в установках, которое предусматривает собой получение достаточного количества биогаза.

Использование метана, вместо бензина позволит также сократить расходы на топливо для автовладельцев, поскольку в год пробег автомобиля составляет примерно 15 000 км. Затраты газа на 100 км равны 11,5л, из этого мы получаем, что в год один автомобиль тратит 1 725, если учесть, что средняя стоимость метана составляет 17 руб. получим затраты одного автомобиля на метан в год, которые составят 29 325руб. Зная количество автотранспорта в каждом районе можем вычислить затраты по каждому району (табл.4).

Таблица 4 - Затраты метана в труднодоступных населенных пунктах Республики Саха (Якутия) в год

№	Наименование района.	Используемый метан, тыс.л.	Затраты, тыс.руб.
1	Абыйский	1 568	26 656
2	Аллаиховский	1 052	17 888
3	Анабарский	1 352	22 991
4	Булунский	3 248	55 219
5	Верхнеколымский	1 632	27 742
6	Верхоянский	4 400	74 808
7	Жиганский	1 639	27 859
8	Кобяйский	4 852	82 491
9	Нижнеколымский	1 687	28 679

10	Оймяконский	3 422	58 181
11	Оленекский	6 146	104 485
12	Среднеколымский	2 903	49 354
13	Момский	1 249	21 231
14	Усть-Майский	9 451	160 672
15	Усть-Янский	2 405	40 879
16	Эвено-Бытантайский	799	13 578
	ВСЕГО	47 805	812 713

Как нами ранее было подсчитано затраты одного автомобиля на бензин АИ-92 в год составят 76 500руб. При этом, при переводе автомобиля на газовое топливо – метан, мы получили разницу в 70 920 рублей.

Литература

1. Друзьянова В.П., Петров Н.В. «Цеолит и перспективы его использования при очистке биогаза». Новосибирск. 2013.-18с.
2. Получение биогаза из навоза [Электронный ресурс] // Биореакторы и газольдеры. – Вологда. – Режим доступа : <http://vologda.doski.ru/poluchenie-biogaza-iz-navoza-bioreaktory-i-gazgoldery-msg1105663.htm>. – 12.05.2014 (дата обращения 30.03.2013).
3. Биогаз, получение биогаза, производство биогаза, использование биогаза, технология биогаза. [Электронный ресурс] // Biteco. - Режим доступа http://agrogold.ru/biogaz_poluchenie_biogaza_proizvo. 02.2013.
4. Адлер, Ю.П. Планирование эксперимента при поиске оптимальных условий / Ю.П. Адлер, Е.В. Макарова, Ю.В. Грановский. – Изд. 2-е. – М.: Наука, 1976. – 280 с.
5. Определение вязкости жидкости методом Стокса. / сост.: С.С. Никулин, А.С. Чех. – Тамбов : Изд-во ГОУ ВПО ТГТУ, 2011. – 12 с. – 100 экз.
6. Лаврухина О.С. Стимуляторы выработки биогаза / О.С. Лаврухина // Современные научные исследования и инновации. 2012. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2012/05/13035>). Лойцянский, Л.Г. Механика жидкости и газа / Л.Г. Лойцянский. Л.:Гостехиздат, 1950. – 676 с. (дата обращения 09.09.2015).

References

1. Druzyanov V. P., Petrov N. In. "Zeolite and its potential application in the purification of biogas". Novosibirsk. 2013.-18s.
2. The production of biogas from manure [Electronic resource] // Bioreactors and gasholder. – Vologda. – Mode of access : <http://vologda.doski.ru/poluchenie-biogaza-iz-navoza-bioreaktory-i-gazgoldery-msg1105663.htm>. – 12.05.2014 (accessed 30.03.2013).
3. Biogas, biogas, biogas production, biogas utilization, the technology of biogas. [Electronic resource] // Biteco. - Access mode http://agrogold.ru/biogaz_poluchenie_biogaza_proizvo. 14.02.2013.
4. Adler, Yu. p. Planning of experiment in search of optimum conditions / Yu. p. Adler, E. V. Makarova, Yu. V. Granovsky. – Ed. 2-E. – М.: Nauka, 1976. – 280 p.
5. Determination of viscosity of a liquid by Stokes method. / sost.: S. S. Nikulin, A. S. Czech. – Tambov : Publishing house GOU VPO TGTU, 2011. – 12 s – 100 copies.
6. Lavrukhin, O. S. Stimulators of biogas / O. S. Lavrukhin // Modern scientific researches and

innovations. 2012. [Electronic resource]. Mode of access: <http://web.snauka.ru/issues/2012/05/13035>). Loitsyansky, L. G. fluid and gas Mechanics / L. G. loitsyansky. L.:Gostekhizdat, 1950. - 676 p. (accessed 09.09.2015).

Туризм

ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЖИГАНСКОМ УЛУСЕ (РАЙОНЕ) РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

THE PERSPECTIVE OF TOURISM DEVELOPMENT IN ZHIGANSK ULUS (REGION) OF THE REPUBLIC OF SAKHA (YAKUTIA)

Авторы: Осипов Сергей Николаевич

Аннотация: Туризм в Республике Саха (Якутия) значительно развивается, благодаря своей интересной, разнообразной, богатой природой. Основные направления являются охота и экстремальный туризм. Жиганский улус развивается именно в этом направлении.

Ключевые слова: Туризм, природа, охота, рыбалка, музей

Annotation: Tourism in the Republic of Sakha (Yakutia) is developing significantly, thanks to its interesting, diverse, rich nature. The main directions are hunting and extreme tourism. Zhiganskiy ulus (region) develops precisely in this direction.

Keywords: Tourism, nature, hunting, fishing, museum

УДК 338.48

Жиганский улус расположен в северо-западной части Республики Саха. Треть ее территории расположена за Полярным кругом. На севере улус граничит с Булунским, на северо-западе с Оленекским, на юго-западе с Вилюйским, на юго-востоке с Кобяйским, на востоке с Эвено-Бытантайским улусами.

Улус по своему расположению занимает обширную территорию. Её протяженность с юга на север – около 500 км., с запада на восток – более 350 км. Улус вытянут вдоль реки Лена, которая пересекает его на две части: западную и восточную.

Такая большая протяженность улуса характеризуется разнообразными физико-географическими условиями.

Территория улуса представляет собой слегка всхолмленную, заболоченную, низменную равнину. Центральную и юго-западные части составляет Центрально-Якутская равнина, западную часть – Оленекско-Вилюйская впадина.

На востоке в пограничной части с Эвено-Бытантайским, Кобяйским улусами территорию улуса занимает остроги Верхоянского хребта. Эти высокие горы с абсолютными высотами от 400–2000 м., имеют общее положение в западном направлении. По центральной части территории улуса с юга на север протекает река Лена, которая также является основной

водной артерией улуса. Река Лена на всем своем протяжении судоходна и играет важную роль в хозяйственной, социально-экономической жизни улуса.

Бассейн реки Лена включает в себя много довольно больших и малых рек. Реками средней величины являются: Линде, Моторчуна, Муна, Мэнкэрэ, Ундюлюнг.

Озера на территории улуса, исчисляются тысячами, богаты рыбой, однако ресурсы их не учтены ни количественно, ни качественно. Самое крупное озеро – Улахан-Кюель. площадью водозабора около 265 кв.км. зеркала 68 кв.км. Длина 12 км. и ширина 9 км. озеро богато рыбой.

Леса представлены в основном редкослойной лиственницей, относительно густой и высокий лес встречается по долинам рек.

В состав муниципального учреждения «Музеи Жиганска» входят 3 музея: исторический музей имени А. Я. Уваровского, дом – музей М. Е. Николаева и дом – музей Р. М. Дмитриева.

Краеведческий музей создан в апреле 1968 году как школьный. В декабре 1988 года реорганизован в исторический музей. В 8 декабря 1998 года присвоена имя Афанасия Яковлевича Уваровского, уроженца Жиганска, первого человека издавшего литературное произведение на якутском языке «Ахтыылар» («Воспоминания»).

Районный исторический музей им. А. Я. Уваровского, обслуживает не только население улуса, но и гостей из разных регионов России и иностранных туристов, совершающих круиз по реке Лена, по маршруту Якутск – Жиганск – Тикси.

Дом – музей первого президента Якутии М.Е. Николаева, создан в 2001 году, в доме в котором он жил, начал свою трудовую деятельность в Жиганске.

Дом – музей первого олимпийского чемпиона из народа саха Р.М. Дмитриева, создан в 2006 году, уроженца Жиганского улуса. В музее представлены материалы спортивной славы олимпийского чемпиона.

В 1942 году в связи с длительной засухой и опасностью массового голода в Жиганск прибыло 624 семьи (1824 человек) из 11 колхозов Чурапчинского улуса. В Жиганске установлен памятник чурапчинским переселенцам.

SWOT-анализ:

Сильные стороны

- Развитие малого и среднего предпринимательства и их рост количества
- Наличие большого количества ресурсов для развития разных видов туризма
- Хорошее расположение района
- Сохранение культуры коренных народов
- Рост количества субъектов малого и среднего предпринимательства в районе

Возможности

Слабые стороны

- Неразвитая инфраструктура туризма
- Высокая цена турпродукта
- Недостаток финансовых ресурсов для субъектов малого и среднего бизнеса
- Недостаточный брендинг

Угрозы

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">· Развития туристской инфраструктуры, за счет привлечения инвестиций· Формирование нового имиджа и рост инвестиционной привлекательности район· Сохранение природных и культурных ресурсов территории | <ul style="list-style-type: none">• Высокая стоимость туристских путевок связи с высокими транспортными издержками• Несовершенство нормативно-правовой базы |
|---|--|

По итогам SWOT - анализа видно, что основной проблемой развития туризма в Жиганском улусе является не развитость инфраструктуры, неузнаваемость района. Для решения этих задач необходимо привлечь инвесторов для развития туристской инфраструктуры. Усиленное поддержание предпринимателей в сфере туризма. Организация новых туристских маршрутов.

Жиганский район имеет большой потенциал в туризме. Это объясняется тем, что он расположен в удобном месте. Район богат необычайно-красивой природой. Животный мир богат, в частности рыб. Наличие музеев, памятников, а также ООПТ, позволяет потенциальное развитие и предложения разных видов туризма (рекреационный, экстремальный, экологический, познавательный, спортивный). Проходят 3 разных местных праздника в разные сезоны года такие, как: Республиканский фестиваль «Путина заполярья», Фестиваль подледной рыбалки», Праздник эвенков-оленоводов «Дни заполярья». Это позволяет создать этнографический туризм.

Литература

1. Инвестиционный паспорт Муниципального района «Жиганский национальный эвенкийский район» Республики Саха (Якутия), утвержденный Постановлением муниципального района «Жиганский национальный эвенкийский район» Республики Саха (Якутия) от 27 ноября 2015 года №206.
2. Интернет-портал: <http://old.sakha.gov.ru/jigansky>
3. Интернет-портал: <http://www.naslegy.ru/2011-02-26-08-06-25>
4. Официальный сайт Жиганского улуса: <https://mr-zhiganskij.sakha.gov.ru>

References

1. The investment passport of the Municipal District "Zhiganskiy National Evenki District" of the Republic of Sakha (Yakutia) approved by the Resolution of the Municipal District "Zhiganskiy National Evenki District" of the Republic of Sakha (Yakutia) of November 27, 2015 No. 206.
2. Internet-portal: <http://old.sakha.gov.ru/jigansky>
3. Internet portal: <http://www.naslegy.ru/2011-02-26-08-06-25>
4. Official site of the Žigansk ulus: <https://mr-zhiganskij.sakha.gov.ru>

АНАЛИЗ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТУРИСТИЧЕСКОЙ БАЗЫ «ПЕСЧАНАЯ ГОРА»

ANALYSIS OF TOURIST AND RECREATIONAL POTENTIAL OF TOURIST BASE "PESCHANAYA GORA"

Авторы: Протопопова Саргылана Игнатьевна

Аннотация: В данной статье рассмотрены услуги, предоставляемые туристической базы «Песчаная гора», также на основе изученных материалов был составлен SWOT-анализ.

Ключевые слова: туризм, региональный туризм, туристско-рекреационный потенциал, SWOT-анализ, турбаза, Республика Саха (Якутия)

Annotation: This article examines the services provided by the tourist base "Peschanaya Gora", and also based on the studied materials, there was compiled a SWOT-analysis.

Keywords: tourism, regional tourism, tourist and regional tourist, SWOT-analysis, tourist base, Republic of Sakha (Yakutia)

УДК 332.143

Местные жители и туристы с других регионов России, а также других стран, любят отдыхать на лоне природы, и здесь им помогают туристические базы отдыха. Несмотря на суровый климат, ежегодно тысячи людей хотят насладиться красотами северного края и отдохнуть вдали от городского шума. Именно это способствует развитию туристических баз Якутии. На сегодняшний день большинство туристических баз отдыха располагаются на юге республики, по берегам рек и озер. В основном, они предлагают для отдыхающих большой выбор как провести свой отдых (охота, рыбалка, пешие походы, а зимой катание на буранах и зимняя рыбалка).

Так, туристическая база отдыха «Песчаная гора» привлекает множество туристов своим спектром услуг и довольно-таки близким местоположением.

Туристическая база «Песчаная гора» Намского улуса (района) действует с 2009 года и находится на правом (противоположном) берегу реки Лена напротив поселка Графский берег, в 14 км. Время пути летом по воде 15-20 минут от лодочной станции поселка Графский берег на моторной лодке. В зимнее время по ледовой дороге 25-30 минут на автомашине. На турбазе 5 гостевых домов, баня, гараж на 3 авто, дом для корпоративных мероприятий. [4]

Полное наименование предприятия: ООО «Ленские зори» туристическая база «Песчаная гора». Директором является Ермолаев Юрий Прокопьевич.

С каждым годом количество отдыхающих увеличивается. Если в 2008 году всего отдыхало 100 человек, то сейчас за одну неделю в среднем на турбазе пребывает от 30 до 40 человек [3]. Среди гостей бывают и жители за пределами республики, что говорит об успешной репутации турбазы. Сезон начинается с празднования Нового Года. Туристы катаются с ледяной горы, посещают баню, занимаются подводным рыболовством, спортивным катанием, катаются на снегоходе с ветерком, на коньках. Летом и осенью плавают по реке, катаются на моторных лодках,

рыбачат, собирают грибы и ягоды.

По сезонам действуют [4]:

Летне-осенний период (июнь-сентябрь) – детская и смотровая площадка, волейбольная площадка и настольный теннис, тир и городки. Баня, пляж, пески, водный аттракцион (водные лыжи, детский банан, банан для взрослых, водные качели), катание на лодке, рыбалка (с доставкой на ближайшие острова, рыбалка с лодки), сбор ягод (брусника) и грибов и просто отдых. Корпоративы, дни рождения, юбилеи и встречи одноклассников, семейный отдых – это то, что мы можем предложить вам в летний период.

Зимне-весенний период (декабрь-апрель) – отдых на природе, встреча нового года, катание с ледяной горки, катание на снегоходе, дискотека, корпоративы, лыжи, каток, спортинг, подледная рыбалка, баня.

Существуют скидки (второй день – 30%, дети до 7 лет бесплатно, дети до 12 лет 50% от стоимости путевки), доставка на своем автотранспорте. Время отдыха не ограничивается. Цены, условия, и другие вопросы, касающиеся отдыха, оговариваются в каждом случае отдельно. Гостевые дома от 4-х до 10 местных, в каждом доме печки буржуйки, посуда для приема пищи, для приготовления пищи. Есть в аренду спальные мешки. Дрова, вода, мангалы, шампура, костровое снаряжения от турбазы. Есть условия проведения корпоративных мероприятий, семейных праздников. [4]

Для подробного анализа туристско-рекреационного потенциала туристической базы «Песчаная гора» был составлен SWOT-анализ (Табл. 1).

Таблица 1. SWOT-анализ туристической базы «Песчаная гора».

Сильные стороны	Слабые стороны
- Месторасположение (близко к центру); - Широкий ассортимент дополнительных услуг; - Индивидуальный подход к клиентам (максимальное удовлетворение потребностей клиентов, запросов и нужд) - Богатство природных ресурсов	- Недостаток информации по поводу стратегических направлений развития турфирмы; - Отсутствие сайта; - Зависимость от погоды (турбаза находится через р. Лена при усилении ветра или осадков затрудняет транспортировку туристов на катере)
Возможности	Угрозы
- Расширение ассортимента предоставляемых услуг; - Повышение уровня квалификации всего персонала; - Поощрение постоянных клиентов гибкой ценовой политикой, предоставлением дополнительных услуг, нацеленное на налаживание и развитие взаимоотношения с клиентом; - Увеличение потока туристов.	- Несоответствие статуса и уровня предоставляемого сервиса, что может повлечь за собой негативную реакцию со стороны клиента; - Возможность прихода на рынок конкурентоспособных компаний, активизация существующих конкурентов.

На основе матрицы были обозначены проблемы, стоящие перед компанией. Эти проблемы обусловлены имеющимися положительными и отрицательными факторами внутри туристической базы «Песчаная гора», а также имеющимися внешними угрозами и возможностями

Так, сильными сторонами турбазы являются ее месторасположение, широкий ассортимент

дополнительных услуг, индивидуальный подход к клиентам, а также богатые природные ресурсы, что дает понять, что у турбазы хорошие перспективы для развития. Слабыми сторонами являются недостаток информации о турбазе, отсутствие сайта и зависимость от погоды. Чтобы слабых сторон стало меньше, следует, во-первых, создать сайт турбазы, во-вторых, сделать хорошую рекламу через средства массовой информации, как телевидение, газета, флаеры, баннеры и т.п., и, в-третьих, нужно тщательно следить за погодой и иметь при себе экипировки в случае осадков и т.п.

Несмотря на эти слабые стороны, у туристической базы есть множество возможностей, среди которых основными являются расширение ассортимента предоставляемых услуг, повышение уровня квалификации персонала, поощрение постоянных клиентов гибкой ценовой политикой и увеличение потока туристов. Однако помимо возможностей существуют также и угрозы такие, как несоответствие статуса и уровня предоставляемого сервиса и возможность прихода на рынок конкурентоспособных компаний, активизация существующих конкурентов.

Таким образом, туристическая база «Песчаная гора» является одним из перспективных туристских объектов и бизнесов в Республике Саха (Якутия). Ведь на сегодняшний день загородный досуг становится заменителем отдыха на даче, куда можно поехать на выходные со всей семьей, активно провести время и отдохнуть от городской суеты.

Литература

1. Постановление Правительства Республики Саха (Якутия) от 27 мая 2009 года N 236 «О стратегии развития туристской индустрии в Республике Саха (Якутия) до 2025 года и о концепции создания особой экономической зоны туристско – рекреационного типа в Республике Саха (Якутия)».
2. Внутренняя документация турфирмы ООО «Ленские зори».
3. Ермолаев Юрий Прокопьевич // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vmuseum.biz/index.php/61-entsiklopediya-predprinimatelstva/namskij/49-ermolaev-yurij-prokopevich>
4. Намский район. Официальный информационный портал Республики Саха (Якутия) // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://old.sakha.gov.ru/node/143806>

References

1. Resolution of the Republic of Sakha (Yakutia)'s Government from May 27, 2009 №236 "On The Tourist Industry Strategy In The Republic Of Sakha (Yakutia) Until 2025 And On The Concept Of Creating A Special Economic Zone Of A Tourist And Recreational Type In The Republic Of Sakha (Yakutia)".
2. Internal Documentation of the Travel Agency LLC "Lenskie Zori".
3. Yermolaev Yuri Prokopievich // [Electronic resource]. Access mode: <http://vmuseum.biz/index.php/61-entsiklopediya-predprinimatelstva/namskij/49-ermolaev-yurij-prokopevich>
4. Namsky District. The Official Information Portal of the Republic of Sakha (Yakutia) // [Electronic resource]. Access mode: <http://old.sakha.gov.ru/node/143806>

Экономика

ИНВЕСТИЦИИ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ В РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

INVESTMENTS IN FIXED CAPITAL IN THE REPUBLIC OF SAKHA (YAKUTIA)

Авторы: Ильина Нина Александровна

Аннотация: В статье рассматриваются особенности динамики инвестиций в основной капитал Республики Саха (Якутия). Сравниваются структура инвестиций Республики Саха (Якутия) с аналогичной структурой других субъектов федерации Дальневосточного федерального округа. Исследуются территориальная структура инвестиций по секторам и видам экономической деятельности и изменения видовой структуры инвестиций.

Ключевые слова: Дальневосточный округ, структура инвестиций, основной капитал

Annotation: The article discusses the features and dynamics of investments into fixed capital of the Republic of Sakha (Yakutia). Compares the structure of investments of the Republic of Sakha (Yakutia) with the same structure of the other subjects of the Federation in far East Federal district. Examines the territorial structure of investment by sectors and economic activities and changes in the species structure of investment.

Keywords: Far Eastern Okrug, structure of investments, fixed capital

УДК 330.322

Привлечение инвестиций в развитии экономики каждого региона является важнейшим фактором для расширения производственных возможностей и экономического роста.

На протяжении 2007 – 2016 гг. Дальневосточный федеральный округ занимал и занимает 7 место среди других округов по объёму инвестиций в основной капитал, 2005-2006 гг. находился на 6-м месте. Учитывая малочисленность населения нашего федерального округа, целесообразно сравнить не только общий объем инвестиций, но и инвестиции приходящиеся на душу населения. По этому показателю в 2016 г. Дальневосточный округ среди других федеральных округов РФ занимает 2 место.

В сравнении с 2005 г. инвестиции в основной капитал в Дальневосточном округе с каждым годом увеличиваются: в 2016 г. они составили 321% уровня 2005г., или выросли с 160 558 млн.руб. до 609 444 млн.руб. при некотором сокращении в 2013 г – 2015 г. По темпам роста инвестиций в основной капитал Дальневосточный округ занимает среди федеральных округов Российской Федерации 7 место (2016 г.).

Если сравнить субъекты федерации Дальневосточного федерального округа, то рейтинг

объема инвестиций в основной капитал по Республике Саха (Якутия) за последние десять лет колебался. В 2005 – 2007 гг. находился на втором месте, в 2008 – 2009 гг. на первом месте, в 2010 г. наблюдалось резкое сокращение инвестиций, и как следствие - четвертое место в ДВФО, но уже в 2011 г. объемы инвестиций РС(Я) выросли и находились на втором месте, в 2012 г. - 1 место. За последние два года (2015 – 2016 гг.) мы имеем второй рейтинг в округе по объему инвестиций в основной капитал. По инвестициям в основной капитал на душу населения в 2016 г. Республика Саха (Якутия) среди регионов Дальневосточного региона занимал 3 место, уступая Сахалинской и Магаданской областей.

В сравнении с 2005 г. инвестиции в основной капитал в Республике Саха (Якутия) в 2016 г. составили 408%, т.е. выросли с 119 824 млн.руб до 199 960 млн.руб. По темпам роста инвестиции в основной капитал Республика Саха (Якутия) среди регионов Дальневосточного федерального округа в 2016 г. занимает 3 место.

Рассмотрев место Республики Саха (Якутия) в общем объёме инвестиций Дальнего Востока, проанализируем структуру инвестиций в основной капитал в республике и её динамику.

Структура инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности в Республике Саха (Якутия) за 2005г. и 2014-2016 гг., представлены в таблице 1.

Таблица №1 Структура инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности в Республике Саха (Якутия)

Инвестиции в Республике Саха (Якутия) по видам экономической деятельности	Структура инвестиции за каждый год, %			
	2005	2014	2015	2016
Всего, в том числе	100%	100%	100%	100%
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	0,9%	0,4%	0,3%	0,3%
Добыча полезных ископаемых	45,5%	39,8%	38,7%	42,8%
Обрабатывающие производства	2,7%	0,4%	0,4%	0,4%
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	7,6%	15,9%	11,8%	15,1%
Строительство	7,5%	2,9%	4,9%	5,2%
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	0,8%	0,8%	0,4%	0,4%
Гостиницы и рестораны	0,01%	0,1%	0%	0%
Транспорт и связь	15,9%	24,2%	23,5%	21,2%
Финансовая деятельность	1,3%	1,6%	0,5%	0,4%
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	8,8%	6,6%	11%	6,6%
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение	1,9%	1,2%	1,9%	2,2%
Образование	3,4%	3,3%	3,8%	3%

Здравоохранение и предоставление социальных услуг	1,8%	1,6%	1,2%	1,4%
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	1,7%	1,3%	1,5%	1%

За последние 10 лет наибольшую долю по структуре инвестиций по видам экономической деятельности традиционно занимали и занимают: добыча полезных ископаемых, транспорт и связь.

За последние три года (2014 – 2016 гг.), в структуре инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности существенных изменений не произошло.

Интересно сравнить структуру инвестиций Республики Саха (Якутия) с аналогичной структурой других субъектов федерации Дальневосточного федерального округа. В Дальневосточном федеральном округе в 2016 г. по инвестициям в основной капитал первые четыре места занимали следующие регионы:

1. Сахалинская область – 252 055 млн.руб.;
2. Республика Саха (Якутия) – 199 960 млн.руб.;
3. Приморский край – 116 068 млн.руб.;
4. Хабаровский край – 109 002 млн.руб.

Поэтому проведем сравнение с указанными регионами. (таблица 2).

Таблица №2 Сравнение первых четырех субъектов в Дальневосточном федеральном округе

Инвестиции по видам экономической деятельности	Сахалинская область		Республика Саха (Якутия)		Приморский край		Хабаровский край	
	2016 г.	Место	2016 г.	Место	2016 г.	Место	2016 г.	Место
Всего в том числе:	100	-	100	-	100	-	100	-
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	0,4	11	0,3	13	2,8	9	1,5	8
Рыболовство, рыбоводство	0,6	10	0		2	11	0,3	14
Добыча полезных ископаемых	77,8	1	42,8	1	3,2	8	8,8	4
Обрабатывающие производства	0,3	12	0,4	11	22,9	2	26,3	2
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	3	4	15,1	3	8,6	4	11,6	3
Строительство	1,1	8	5,2	5	0,3	15	6,8	5

Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	0,1	13	0,4	10	2,7	10	0,9	12
Гостиницы и рестораны	0		0		1,5	12	0,1	15
Транспорт и связь	7,9	2	21,2	2	25,8	1	30,1	1
Финансовая деятельность	0		0,4	12	0,4	14	1,4	9
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	4,1	3	6,6	4	6,4	6	6,1	6
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение	0,8	9	2,2	7	11,2	3	2,9	7
Образование	1,5	5	3	6	4,2	7	1,2	11
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	1,2	6	1,4	8	1,4	13	1,3	10
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	1,1	7	1	9	6,6	5	0,7	13

В Сахалинской области также как и в Республике Саха (Якутия) преобладают инвестиции в добычу полезных ископаемых (77,8%), но при этом низкий удельный вес в инвестиции транспорт и связь (7,9%).

В Приморском крае приоритетным является инвестиции в транспорт и связь (25,8%). В то же время, в сравнении с Сахалинской областью и Республикой Саха (Якутия), относительно больше удельный вес инвестиции в обрабатывающие производства (22,9%).

В Хабаровском крае большой удельный вес занимают инвестиции в транспорт и связь (30,1%), а также преобладающими являются инвестиции в обрабатывающие производства (26,3%).

Анализ выявил, что по объему и динамике инвестиций РС(Я) занимает одно из ведущих мест в ДВФО.

В то же время, анализ структуры инвестиций показал, что в Республике Саха (Якутия) необходимо, с учетом общих задач, стоящей перед экономикой Российской Федерации,

увеличить инвестиции в обрабатывающие производства с высокой долей добавленной стоимости. Намечавшиеся и реализуемые инвестиционные проекты до сих пор не ставили перед собой подобных целей. Если посмотреть перечень инвестиционных объектов Корпорации развития Южной Якутии, который планировался сравнительно недавно, то увидим там традиционный список сырьевых производств.

В свою очередь, развитие обрабатывающих производств возможно при наличии более совершенствовании транспортной схемы. Для чего необходимо закончить реконструкцию автомобильной дороги «Невер – Якутск» и завершить строительство железной дороги «Бестях».

Литература

1. Федеральная служба государственной статистики - <http://www.gks.ru/>
2. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Саха (Якутия) - <http://sakha.gks.ru/>
3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Хабаровскому краю - <http://habstat.gks.ru/>
4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Сахалинской области - <http://sakhalinstat.gks.ru/>
5. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю - <http://primstat.gks.ru/>

Reference

1. Federal state statistics service - <http://www.gks.ru/>
2. Territorial body of Federal state statistics service in the Republic of Sakha (Yakutia) <http://sakha.gks.ru/>
3. Territorial body of Federal state statistics service in the Khabarovsk region - <http://habstat.gks.ru/>
4. Territorial body of Federal state statistics service in the Sakhalin region - <http://sakhalinstat.gks.ru/>
5. Territorial body of Federal state statistics service in Primorsky Krai - <http://primstat.gks.ru/>

ФОРМИРОВАНИЕ АНТИКРИЗИСНОГО ПЛАНА КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР РУКОВОДСТВА

THE FORMATION OF THE ANTI-CRISIS PLAN AS THE MOST IMPORTANT FACTOR OF LEADERSHIP

Авторы: Ильина Нина Александровна

Аннотация: Статья написана по поводу текущего антикризисного планирования с точки зрения его влияния на развитие регионов, муниципальных образований и локальных хозяйственных систем.

Ключевые слова: Планирование как антикризисное, антикризисные мероприятия, бюджетный федерализм, «защищаемые статьи» планов территориального развития.

Annotation: The article is written about the current crisis of planning from the point of view of its influence on the development of regions, municipalities and local economic systems.

Keywords: Planning as an anti-crisis, anti-crisis measures, fiscal federalism, "protected articles" of spatial plans.

УДК 330.322

Прогнозы и планы - это в наилучшем случае предвидение реальных и вымышленных угроз и придумывание мероприятий, как бы их избегать либо сократить; в наихудшем - понимание пожеланий либо руководящих направлений вышестоящего руководства.

Подобное мнение о нынешних планах, безусловно, сомнительно, так как некоторые считают, что составление плана основывается на объективных законах социального формирования. Однако, ни одна концепция, учитывающая финансовую объективность на сегодняшний день, никак не может являться ориентиром предстоящего, так как самостоятельно макроэкономика начала исполнять соподчиненную значимость касательно политики и психологии. В условиях же ручного управления макроэкономика становится лишь техническим инструментом. Может произойти все, что угодно, а больше всего, то что не угодно.

Устойчивые направления, которые ни разу формально не планируются, такие как: в начале года стоимость на товары, в особенности на продукты питания, «подскакивают», что стало сейчас традицией, начиная с 1992 года; в середине года, ближе к августу, увеличивается предвидение необходимости применения мобилизационного управления, в том числе насильственных методов борьбы с коррупцией и возврата в государство прежде вывезенного денежного капитала; в конце года значительная доля жителей удостоверяется, что «денежная власть» никак не отвечает функциям социального государства. Нищие становятся ещё беднее, состоятельные - ещё состоятельнее. Затем все повторяется, как некая неминуемость: «что бы ни случилось с Россией в целом, цены все точно также возрастут».

Выручит ли антикризисный план федерального правительства на 2017 год справиться с угрозой спада производства и значимого уменьшения реальных доходов рядовых людей нашего государства - сложно предвидеть. Не с проста в народе считается: «Если хочешь рассмешить Господа, поделись с ним своими планами». Однако в каждом случае план нужен

как признак деятельности самого правительства.

По своей структуре, такого рода план простой: поддержание импортозамещения и экспорта продукции обрабатывающей промышленности, помощь формированию малого и среднего предпринимательства за счет уменьшения экономических и управленческих издержек, формирование возможностей для привлечения оборотных и инвестиционных ресурсов, возмещение дополнительных инфляционных издержек более уязвимым категориям людей (люди пенсионного возраста, семьи с несколькими детьми), сокращение напряженности на рынке труда и содействие эффективной занятости, оптимизация бюджетных затрат за счет раскрытия и уменьшения неэффективных затрат, сосредоточения ресурсов на приоритетных направлениях формирования и выполнении общественных обязанностей, увеличение стабильной банковской системы и формирование механизма санации проблемных системообразующих компаний.

Совершенно прогнозируемо, что реальные действия возникли с конечного пункта. Так ранее существовало в конце 2008 - начале 2009 гг.: в то кризисное время несколько основных банков и холдингов Российской Федерации получили из бюджета страны миллиардные вливания. Будто бы под проценты и с возвратом. Данных о том, что погашение этих сумм произошло, не было, однако существовала информация о просьбе «заемщиков» отложить их возврат более на 50 лет. Отнюдь не проявилась и направление прямого (в том числе проектного) кредитования реальных секторов экономики, деньги крутятся в основном в самой финансово-банковской области. Это плохо, разумеется, крайне наглядно в части неисполнения банками договоренностей с властью о доступности кредитов согласно нынешнему хозяйственному обороту и под долгосрочные инвестиции.

По результатам прошлого кризиса не удалось узнать, коснулась ли государственная поддержка конкретной категории банков их региональной сети. Согласно страховым обязанностям перед вкладчиками, по-очевидному, да, но по формированию ссудного фонда в рамках отдельно взятого региона, по-видимому, отсутствует. В годы кризиса филиалы «ведущих» банков увеличивают собственную функцию изъятия из регионов возможных кредитных ресурсов в пользу своего центра, как правило, центрального, то есть московского.

Если и на нынешний раз будет это повторяться, то надо поразмыслить о формировании системы государственных кредитных органов, параллельной свободно определяющимся коммерческим банкам.

Последующий этап осуществлении антикризисного плана-2017 - докапитализация системно-образующих компаний. Их насчитывается 199. Они формируют существенную долю налогооблагаемой основы для федерального бюджета, являются главными игроками на валютном рынке, стремительно формируют общественно-политическое и финансовое пространство субъектов Российской Федерации, а вследствие того правительство вынуждено их поддерживать в надежде на дальнейшую ответную реакцию.

Работа с банками и корпорациями -2 пункта, которые относительно возможно причислить к антикризисному плану. Все иные - обычное дело органов правительственного и муниципального управления, которое входит в концепцию норм и распоряжений компании их деятельности. По этой причине, в случае если позволить, что и другие 58 мероприятий считаются антикризисными, в таком случае любую деятельность и в каждое время необходимо рассматривать антикризисной. И это, вероятно, отвечает сегодняшним реалиям. По-настоящему антикризисное управление обязано заранее уравнивать (хотя бы наполовину) злобное воздействие финансово-экономических заскоков на жизнедеятельность людей и

никак не заключаться только в том, для того чтобы запоздало обращать внимание на случившееся.

Мировая капиталистическая концепция в обстоятельствах глобализации одной либо 2 всемирных валют обречена на циклическое развитие. Руководство же отдельно взятой государственной, региональной и муниципальной экономикой согласно собственному определению обязано (вынуждено) регулярно быть антикризисным.

Региональные власти незамедлительным порядком должны сформировать и принять планы обеспечения стабильного формирования экономики и социальной устойчивости в 2017 году. Это служит причиной для извлечения ими федеральных бюджетных кредитов. Припомним, что в конце 2014 года было установлено решение о «замораживании» на 4 года норм и правил налогообложения и межбюджетных взаимоотношений. Оно сохраняет регионы на голодном пайке в том числе и при стабильном развитии государства, а тем более при кризисе, так что теперь же, на самом деле, необходимо находить обходные пути поиска отсутствующих ресурсов - через Москву в виде указанного бюджетного кредитования и производственные организации с помощью активизации их общественных проектов.

Из истории экономики общеизвестно, то что промышленный капитал вырастал на основе торгового. В наше время же такого процесса в Российской Федерации никак не прослеживается. Капитализация возрастающей торговой выручки весьма мала и практически никак не затрагивает промышленности и аграрного хозяйства.

Для регионов главную роль имеет анализ и оценка результатов для их бюджетов в осуществлении федеральных антикризисных мероприятий. Это касается в первую очередь повышению в 2 раза максимальных значений выручки от реализации товаров (работ, услуг), для отнесения хозяйствующих субъектов к категориям субъектов малого и среднего предпринимательства: для микропредприятий - с 60 по 120 миллионов рублей, для малых предприятий - с 400 по 800 миллионов рублей, для средних компаний - с 1 по 2 миллиардов рублей». Не следует с данным заключением не согласиться, так как вопрос о приведении в соответствие определения «малое и среднее предпринимательство» с научно-техническими и финансовыми параметрами самого производства издавна требует личного решения. В то же время, увеличение количества компаний, обладающих конкретными экономическими привилегиями, на начальных периодах способна уменьшить доходную основу территориальных бюджетов, тем более что субъектам Российской Федерации предоставляется возможность уменьшать ставки налога для налогоплательщиков, применяющих упрощенную систему налогообложения доходов с 6 вплоть до 1 процента. Осуществление подобного рода права требует анализа не только в части экономической оптимизации, однако и сравнительно места и значимости самого малого и среднего предпринимательства в научно-технической структуре абсолютно всех территориальных хозяйственных комплексов с учетом общеотраслевой особенности.

Под углом зрения осуществления антикризисного плана повсюду ведется экспертиза прежде принятых производственных и социальных программ и проектов. Тут угроза состоит в автоматическом исключении дорогостоящих объектов. Во всем необходимо разбираться в подробностях, в особенности в источниках инвестиций. Зачастую даже крупные организации включаются к государственному финансированию (в том числе к Фонду национального благосостояния), в то время как личные средства (к примеру, амортизационный фонд) применяются никак не по их воспроизводственному предназначению.

Благоустройство городской и сельской среды, соответствующее содержание небольших инфраструктурных объектов, обязаны быть «оберегаемыми» статьями муниципальных

бюджетов.

Когда-то важной была тематика финансового стимулирования регионов. Об этом, в частности, припомнил академик Е.М. Примаков. Данное предложение применима не только лишь для дотационных регионов, и может быть распространена, как нам кажется, с определенными модификациями на целую концепцию бюджетного федерализма.

Все когда-то случается в 1-ый раз. По этой причине необходимо осмелиться на модифицирование некоторых положений бюджетного планирования с постепенным смещением финансовых ресурсов в сторону муниципалитетов и регионов.

В период кризиса, необходимо обратить особенный интерес на сосредоточение в те процессы, которые в условиях устойчивости отображают устойчивые тенденции социальной динамики. В нынешнем этапе социально-экономического развития увеличивается значимость местных сообществ: территориальных обществ самоуправления (ТОСов), иных форм соседских общин, общественных хозяйств, поселенческих городских образований и др. Они пока никак не обладают финансовой самостоятельности и призывают финансовой помощи со стороны окружных и областных муниципалитетов. В условия стабильного развития местные сообщества имели бы возможность на подпитку за счет домашних хозяйств, в обстоятельствах же уменьшения реальных доходов главной части жителей это становится делом крайне проблемным.

В настоящий момент, в Российской Федерации сформирована новейшая концепция стратегического планирования, что прикреплено в Федеральном законе «О стратегическом планировании в Российской Федерации». В нее охвачено 28 государственных документов, в том числе разрабатываемых на региональном уровне - 7 и муниципальном - 5. Безусловно, практически любое текущее антикризисное мероприятие относится к вопросам стратегического развития, тем более - на местах, где речь идет о намерениях предоставления стабильного развития экономики и социальной устойчивости. Понятно, что нужна корректировка прежде принятых стратегий. Но основное состоит в том, для того чтобы их формирование в перспективе принимало во внимание периодический характер финансово-экономической динамики и предусматривало бы возможность крупных и малых кризисов. В рамках работы региональных правительств и муниципалитетов противопоставить им возможно только лишь концепцию институтов территориального развития.

Литература

1. Короткова Э.М. Антикризисное управление: Учебник / Под ред. Э.М. Короткова. -М.: ИНФРА-М, 2003. - 432 с.
2. Черненко В. А. Антикризисное управление : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Черненко, Н. Ю. Шведова. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 409 с.

References

1. Korotkov E. M. Anticrisis management: the Textbook / Under the editorship of E. M. Korotkov. -M.: INFRA-M, 2003. - 432 p.
2. Chernenko V. A. anti-recessionary management : the textbook and workshop for academic bachelor's / V. A. Chernenko, N. Y. Shvedova. — M. : Urait, 2015. — 409 S.

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ АО «САХАТРАНСНЕФТЕГАЗ» ЗА 2012-2016 ГОДЫ

ANALYSIS OF THE MAIN ECONOMIC INDICATORS OF JSC "SAKHATRANSNEFTEGAZ" FOR 2012-2016

Авторы: Ильина Нина Александровна

Аннотация: В данной статье анализируются основные экономические показатели АО «Сахатранснефтегаз», а именно структура статей баланса и финансового результата.

Ключевые слова: АО «Сахатранснефтегаз», активы, пассивы, чистая прибыль.

Annotation: This article analyzes the main economic indicators of JSC "Sakhatransneftegaz", namely the structure of balance sheet items and financial result.

Keywords: JSC "Sakhatransneftegaz", the assets, liabilities, net profit.

УДК 330.322

Начиная с 2003 года до сегодняшнего дня АО «Сахатранснефтегаз» активно развивается, расширяет свою деятельность в обеспечении населения Республики Саха (Якутия) природным газом и продукцией его переработки.

Компания АО «Сахатранснефтегаз» - крупная национальная нефтегазовая компания, которая занимает одну из ключевых позиций в социально-экономическом развитии Республики Саха (Якутия), поэтому важно своевременно делать анализ эффективности деятельности, чтобы предприятие функционировало стабильно и успешно. Исходя из этого, делаем дальнейший анализ экономических показателей за 2012-2015 года.

Таблица 1 - Структура актива баланса АО «Сахатранснефтегаз» за 2012-2016 гг.

Наименование показателя	2016 г.		2015 г.		2014 г.		2013 г.		2012 г.	
	млн.руб.	доля, %	млн.руб.	%	млн.руб.	%	млн.руб.	%	млн.руб.	%
1. Внеоборотные активы										
Нематериальные активы	0,06	0,00	0,04	0,00	0,28	0,00	2,51	0,02	4,51	0,03
Основные средства	14833,03	88,28	13840,31	88,30	13231,73	86,46	12430,15	80,99	11201,86	76,43
Доходные вложения в материальные ценности	10,68	0,06	12,57	0,08	19,60	0,13	28,63	0,19	0,00	0,00
Финансовые вложения	1847,50	11,00	1781,39	11,36	2050,62	13,40	2691,62	17,54	3427,63	23,39
Отложенные налоговые активы	68,87	0,41	12,42	0,08	1,41	0,01	1,49	0,01	20,45	0,14

Прочие внеоборотные активы	15,02	0,09	6,29	0,04	0,00	0,00	0,00	0,00	3427,63	23,39
Итого по разделу 1	16801,70	79,34	15674,99	80,38	15303,64	74,68	15347,46	80,99	14656,02	80,80
2. Оборотные активы										
Запасы	1318,01	30,13	1059,82	27,70	803,06	17,78	1027,40	28,53	779,97	22,39
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	6,44	0,15	2,10	0,05	141,21	3,13	145,65	4,04	147,96	4,25
Дебиторская задолженность	2471,34	56,50	2263,63	59,16	2327,12	51,53	1838,41	51,05	2258,26	64,83
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Денежные средства и денежные эквиваленты	541,44	12,38	456,95	11,94	1160,80	25,71	538,07	14,94	235,38	6,76
Прочие оборотные активы	37,11	0,85	43,86	1,15	83,63	1,85	51,81	1,44	62,02	1,78
Итого по разделу 2	4374,33	20,66	3826,36	19,62	4515,82	22,04	3601,34	19,01	3483,58	19,20
БАЛАНС	21176,02	100,00	19501,34	100,00	20491,11	100,00	18948,80	100,00	18139,60	100,00

Итоговые значения актива и пассива АО «Сахатранснефтегаз» за рассматриваемые периоды имели неоднозначную тенденцию. Так, с 2012 г. до 2014 г. ежегодно увеличивались и составили 20 491 млн. руб., а в 2015 г. по отношению к 2014 г. практически не изменились, оставшись на уровне 19 501 млн. руб., но несмотря на это, в 2016 г. по сравнению с предыдущим годом увеличились и составили 21 176 млн. руб. Следовательно, динамика изменения статей баланса компании носит положительный характер.

За анализируемые периоды в структуре актива баланса АО «Сахатранснефтегаз» наибольшие доли занимают внеоборотные активы, которые имели неоднозначную тенденцию. За последний период (2016 г.) по сравнению с предыдущими годами данный показатель ежегодно увеличивается и составили 16801 млн. руб. Увеличение суммы внеоборотных активов по сравнению с аналогичным периодом 2015 года произошло за счет строительства объектов газификации и передачи Министерством имущественных и земельных отношения РС (Я) в качестве вклада в Уставной капитал компании газопроводов стоимостью 700 млн. руб.

В структуре внеоборотных активов значительную долю за все рассматриваемые периоды неизменно занимают основные средства, которые ежегодно увеличиваются и в 2016 г. в сумме составляют 14,8 млрд. руб. (88%). После основных средств основная доля внеоборотных активов приходится финансовым вложениям. Данная статья за последние пять лет снижается и в 2016 г. составляет 1,8 млрд. руб. (11%).

За последние пять лет в АО «Сахатранснефтегаз» характеризуется невысокой долей оборотных активов, которые имеют неопределенную тенденцию. В последнем периоде (2016

г.) показатель увеличивается до 4374,33 млн. руб. за счет увеличения запасов, дебиторской задолженности.

В структуре оборотных активов наибольшие доли составляют дебиторская задолженность, запасы, денежные средства и денежные эквиваленты. Данные статьи за рассматриваемые периоды колеблются. За последний год (2016 г.) доля дебиторской задолженности снизилась по сравнению с предыдущим годом и составила 56%, но по сумме – увеличилась до 2 471,34 млн. руб. за счет роста дебиторской задолженности потребителей за поставку природного газа. Доля запасов в 2016 г. увеличились до 1 318,01 млн. руб. (30%) по сравнению с 2015 г. за счет запасов по выполненным этапам незавершенного строительства. А доля денежных средств за последние два года приходится на уровне 12%.

Таблица 2 - Структура пассива баланса АО «Сахатранснефтегаз» за 2012-2016 гг.

Наименование показателя	2016 г.		2015 г.		2014 г.		2013 г.		2012 г.	
	млн.руб.	доля, %	млн.руб.	%	млн.руб.	%	млн.руб.	%	млн.руб.	%
3. Капитал и резервы										
Уставный капитал	13527,72	89,31	13527,72	90,29	13174,54	86,24	13174,54	86,29	11992,72	95,38
Собственные акции, выкупленные у акционеров	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Добавочный капитал	443,69	2,93	443,69	2,96	1418,18	9,28	1418,18	9,29	0,00	0,00
Резервный капитал	59,47	0,39	53,09	0,35	53,09	0,35	53,09	0,35	43,79	0,35
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1115,93	7,37	958,59	6,40	630,47	4,13	622,26	4,08	537,15	4,27
Итого по разделу 3	15146,80	71,53	14983,09	76,83	15276,28	74,55	15268,08	80,58	12573,67	69,32
4. Долгосрочные обязательства										
Заемные средства	1142,25	33,40	400,00	16,76	400,00	24,96	690,52	44,24	3190,52	77,81
Отложенные налоговые обязательства	31,84	0,93	7,80	0,33	5,11	0,32	4,03	0,26	2,47	0,06
Прочие обязательства	2245,91	65,67	1978,19	82,91	1197,26	74,72	866,16	55,50	907,64	22,13
Итого по разделу 4	3419,99	16,15	2385,99	12,23	1602,37	7,82	1560,71	8,24	4100,63	22,61
5. Краткосрочные обязательства										
Заемные средства	400,46	15,35	1150,37	53,95	1850,00	51,21	1166,21	55,01	585,81	39,98
Кредиторская задолженность	2028,04	77,73	826,61	38,77	1633,81	45,23	838,75	39,56	783,46	53,47
Доходы будущих периодов	0,15	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прочие обязательства	0,56	0,02	2,79	0,13	0,21	0,01	0,22	0,01	0,25	0,02

Итого по разделу 5	2609,23	12,32	2132,26	10,93	3612,46	17,63	2120,01	11,19	1465,30	8,08
БАЛАНС	21176,02	100	19501,34	100	20491,11	100	18948,80	100	18139,60	100

Основным источником формирования имущества АО «Сахатранснефтегаз» за весь период являются собственные средства, которые имеют неопределенную тенденцию по сумме и доле в структуре пассива баланса. Что касается привлеченного капитала, то доли долгосрочных и краткосрочных обязательств неопределенны.

За последний год (2016 г.) собственные средства компании по сравнению с предыдущим годом по сумме увеличились до 15146,80 млн. руб., а по доле в структуре пассива снизились до 72% в результате увеличения нераспределенной прибыли и резервного капитала. В структуре данного показателя наибольшие доли за последние пять лет занимают уставный капитал, добавочный капитал и нераспределенная прибыль, а остальные статьи имеют незначительную долю. В уставном капитале компании 2013 г. и 2015 г. наблюдается увеличение размера капитала до 13174,54 млн. руб. и 13527,72 млн. руб. соответственно. За последний год добавочный капитал имеет тенденцию к снижению с 1418,18 млн. руб. (9%) до 443,69 млн. руб. (3%). Что касается нераспределенной прибыли, то он ежегодно увеличивается и в 2016 г. составляет 1115,93 млн. руб.

В структуре долгосрочных обязательств значительная доля приходится на заемные средства и прочие обязательства. В период с 2012 г. до 2015 г. заемные средства имели тенденцию к снижению с 3190,52 млн. руб. (78%) до 400,00 млн. руб. (17%), а в 2016 г. по сравнению с 2015 г. увеличился до 1142,25 млн. руб. (33%). По сумме прочие обязательства за анализируемый период ежегодно увеличиваются и составляют 2245,91 млн. руб., а по структуре за последний год снизились до 66% за счет увеличения заемных средств.

Значительные доли в структуре краткосрочных обязательств приходится на заемные средства и кредиторской задолженности. Данные показатели имеют неоднозначную тенденцию и долю. За последний год снизилась сумма заемных средств до 400,46 млн. руб., а кредиторская задолженность выросла до 2028,04 млн. руб. в результате отражения задолженности перед учредителями по передаче имущества в Уставный капитал компании и роста задолженности перед поставщиками и подрядчиками.

Далее рассмотрим финансовый результат деятельности АО «Сахатранснефтегаз за 2012-2015 гг.

Таблица 3 – Анализ финансового результата АО «Сахатранснефтегаз» за 2012-2016 гг.

Наименование показателя	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2013 г.	2012 г.	Относительные отклонения, %			
	млн. руб.	млн. руб.	млн. руб.	млн. руб.	млн. руб.	2016-2015	2015-2014	2014-2013	2013-2012
Выручка	7433,26	7287,57	6277,16	5645,56	4951,79	2,00	16,10	11,19	14,01
Себестоимость продаж	6619,76	6397,51	5723,52	5190,62	4568,42	3,47	11,78	10,27	13,62
Валовая прибыль (убыток)	813,50	890,06	553,65	454,94	383,37	-8,60	60,76	21,70	18,67
Прибыль (убыток) от продаж	769,44	852,92	525,08	437,09	369,27	-9,79	62,44	20,13	18,37
Прочие доходы	521,58	698,77	668,58	425,21	586,38	-25,36	4,52	57,24	-27,49

Прочие расходы	869,78	1204,69	1820,49	418,86	511,41	-27,80	-33,83	334,63	-18,10
Прибыль до налогообложения	285,35	197,42	-770,42	196,33	224,17	44,55	-125,62	-492,41	-12,42
Чистая прибыль (убыток)	171,67	127,45	-798,09	186,04	205,27	34,69	-115,97	-528,98	-9,37

Финансовый результат деятельности АО «Сахатранснефтегаз» в период с 2012 г. по 2014 г. ежегодно снижался и в результате был получен убыток в размере 798,09 млн. руб. за счет списания задолженности у ООО «Витим-Газ». С 2015 г. по 2016 г. прибыль увеличивается и составляет 171,67 млн. руб.

Прибыль до налогообложения практически за последние годы формируется за счет прибыли от реализации деятельности. (валовая прибыль). Данный показатель в период с 2012 г. по 2015 г. имел тенденцию к увеличению и составил 890,06 млн. руб., а в 2016 г. снизился на 8,6% - 813,5 млн. руб. за счет роста себестоимости продаж и снижения темпа роста выручки.

Таким образом, проанализировав экономические показатели крупнейшего предприятия Республики Саха (Якутия) АО «Сахатранснефтегаз» можно сделать вывод, что предприятие функционирует стабильно, с каждым годом растет прибыль, и в то же время растут и расходы. Напомним, что финансовое положение нефтегазового предприятия республики прежде было сложным. Иван Макаров встал у руля АО "[Сахатранснефтегаза](#)" в 2011 году, когда компания имела большие долги по кредитам. Сегодня положение выправляется. Финансовый год завершен с прибылью.

Литература

1. Интерфакс <http://www.e-disclosure.ru>

References

1. Interfax <http://www.e-disclosure.ru>

АНАЛИЗ ОТЧЕТНОЙ И ПЛАНОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО «САХАТРАНСНЕФТЕГАЗ» ЗА 2012-2016 ГОДЫ

ANALYSIS REPORTING AND PLANNING ACTIVITIES OF JSC "SAKHATRANSNEFTEGAZ" FOR 2012-2016

Авторы: Ильина Нина Александровна

Аннотация: В данной статье рассмотрен анализ плановых и отчетных данных по производственным и финансовым показателям крупной нефтегазовой компании АО «Сахатранснефтегаз», который является монополистом в Республике Саха (Якутия).

Ключевые слова: АО «Сахатранснефтегаз», производственные показатели, финансовые показатели, план, факт.

Annotation: This article describes the analysis plan and the reporting of data on operational and financial performance of major oil and gas company JSC "Sakhatransneftegaz" which is a monopolist in the Republic of Sakha (Yakutia).

Keywords: JSC "Sakhatransneftegaz", production performance, financial performance, the plan, the fa

УДК 330.322

На сегодняшний день АО «Сахатранснефтегаз» является крупной национальной нефтегазовой компанией, осуществляющее добычу, транспортировку, переработку и реализацию природного газа, а также занимается строительством и эксплуатацией объектов газового хозяйства, всех магистральных, внутригородских, внутрипоселковых газопроводов в Якутии.

Для того, чтобы узнать, насколько предприятие выполняет свои поставленные планы, необходимо провести анализ плановых и отчетных показателей предприятия.

Таблица 1 – Основные производственные показатели АО «Сахатранснефтегаз» за 2012-2016 гг.

Наименование показателя	2014г.			2015г.			2016г.			2017г.			2018г.			
	план	факт	% выполнения	план	факт	% выполнения	план	факт	% выполнения	план	факт	% выполнения	план	факт	% выполнения	
Поставки газа конечным потребителям, млн. м³	1808	1808	1,00	1808	1807	0,99	1808	1804	1,01	1808	1808	1,00	1779	1808	1,00	
Прочие виды продукции (услуг)	СПБТ, тн	7700	7710	-1,30	14000	14120	7,40	14007	14001	1,01	12000	14044	20,40	10700	12044	20,23
	Бензин, тн	990	479	22,32	1000	1207	20,70	1000	990	-20,00	1000	1000	-2,00	1000	1000	-20,70
Реализация продукции (услуг)	СПБТ, тн	8270	8040	-4,30	14000	14020	10,00	14000	14007	0,04	12000	14000	11,67	10000	10000	10,00
	Бензин, тн	800	671	11,40	1000	1400	40,00	1000	700	-30,00	1000	1407	-6,00	1000	1400	-23,70
УТ ГСМ, млн. м³	5	5	0,00	5	5	0,00	4,9	5	1,04	4,9	4,9	0,00	4,7	4,9	-2,10	
ОТГОС, млн. м³	40	40	0,00	40	40	-10,40	40	40	-0,00	50,1	44,0	-10,20	3,00	3,04	-0,10	
Полезный отпуск продукции (услуг) УТС (с учетом структурного подразделения)	Теплоэнергия, Гкал	44074	41170	0,60	51410	50400	-1,70	52010	51041	-0,20	57007	54004	-0,30	50124	50000	3,00
	Теплоноситель, м³	10001	10004	4,70	10010	10100	-0,20	10010	10004	-0,70	10000	10000	0,70	10000	10010	-10,10
	Питьевая вода, м³	10000	10404	20,07	10000	10070	4,00	10000	10004	0,40	10470	10004	0,04	10000	10000	-10,10
	Водоотведение (чистой воды), м³	14007	17007	14,30	14007	15000	0,00	15000	15000	-0,04	15000	15000	10,04	10000	10000	-0,00
	Водоотведение, м³	1400	1400	-0,10	1500	1500	-0,00	1500	1500	0,00	1500	1500	0,00	1500	1500	-10,10

В период с 2012 г. по 2016 г. планы по производству и реализации продукции полностью были выполнены (перевыполнены) лишь в 2015 г., производство и реализация СПБТ были перевыполнены на 7% и 10%, а бензина 29% и 48% соответственно.

В 2012-2014 гг. не были достигнуты показатели по производству и реализации бензина. Так, в 2012 г. не выполнен на 17% и 8%, 2013 г. – 2% и 6% и 2014 г. – 21% и 19% соответственно.

В 2016 г. не выполнен план по производству и реализации СПБТ на 3% и 3% соответственно. Данное снижение было обусловлено тем, что на УКПГ Средне-Вилюйского ГКМ был изменен технология осушки природного газа.

Поставка газа конечным потребителям за весь рассматриваемый период были перевыполнены: 2012-2013 гг. на 2%, 2014-2015 гг. – 1% и в 2016 г. – 4%.

Поставка газа конечным потребителям с Отраднинского ГКМ в период с 2012-2015 гг. не были достигнуты на 1%, 10%, 6% и 10% соответственно. А в 2016 году перевыполнили на 7% за счет низкой температуры в зимний период и увеличения числа потребителей.

Добыча газа с Среднетюнгского ГКМ не был выполнен лишь в 2012 г. на 2%, а в последующие годы были выполнены на 100% (2013 г., 2015 г., 2016 г.) либо перевыполнены на 2% (2014 г.).

Производственные показатели по полезному отпуску продукции, услуг УТС имели следующий характер:

1. Теплоэнергия была перевыполнена в 2012 г. и 2016 г. на 4% и 1 % соответственно, а в остальные периоды не достигнуты на уровне 5% (2013 г.), 0,2% (2014 г.) и 2% (2015 г.).
2. Теплоноситель в основном за рассматриваемые периоды не достиг значения по плану: 2012 г. – 16%, 2014 г. – 1% и 2015 г. - 0,2%. Лишь только за 2013 г. и 2016 г. достигли значений плана и были перевыполнены на 1% и 5% соответственно.
3. Питьевая вода за весь период практически выходил за рамки плановых показателей на 4% (2013 г.), 3% (2014 г.), 5% (2015 г.) и 26% (2016 г.), только в 2012 г. не был выполнен на 83%.
4. Водоотведение за 2013 г., и 2015-2016 гг. были перевыполнены на 31%, 4% и 14%, а в

2012 г. и 2014 г. не достиг плановых значений на 8% и 0,3% соответственно.

5. Вывоз ТБО не достигал плановых значений в 2012 г. на 20%, 2015 г. -1% и 2016 г. – 1%. Лишь только в 2013-2014 гг. были достигнуты плановые значения на 100%.

Таким образом, плановые производственные показатели АО «Сахатранснефтегаз» за 2016 г. в основном выполнены.

Таблица 2 – Основные финансовые показатели АО «Сахатранснефтегаз» за 2012-2016 гг.

Наименование показателя	2016 г.			2015 г.			2014 г.			2013 г.			2012 г.		
	план, млн. руб.	факт, млн. руб.	% выпол-ен	план, млн. руб.	факт, млн. руб.	% выпол-ен	план, млн. руб.	факт, млн. руб.	% выпол-ен	план, млн. руб.	факт, млн. руб.	% выпол-ен	план, млн. руб.	факт, млн. руб.	% выпол-ен
Выручка	7218	7483	2	6873	7288	4	6134	6277	2	5587	5848	1	4818	4952	2
Себестоимость	6739	6618	-2	6288	6405	2	5821	5752	-1	5461	5208	-2	4962	4583	1
Прибыль от реализации деятельности	479	864	77	687	803	34	313	525	40	126	488	53	271	369	36

Доходы от реализации продукции за последние пять лет всегда достигали плановых значений и были перевыполнены на 2%, 1%, 2%, 4% и 3% за 2012-2016 гг. соответственно. За последний год показатель был перевыполнен за счет увеличения транспортировки газа по МГ и РС Центрального энергорайона, Ленского района, покупного газа у ОАО «ЯТЭК» и прочих доходов.

Расходы на производственную деятельность за 2012 г. и 2015 г. были перевыполнены на 1% и 2% соответственно, а в 2013-2014 гг. и 2016 г. не достигли значений плана на 2%, 1% и 2% соответственно. В 2016 г. себестоимость не была выполнена за счет снижения затрат по фонду оплаты труда, амортизации, арендных платежей и капитального ремонта.

Валовая прибыль за весь анализируемый период выходил за рамки плановых показателей на 36%, 53%, 49%, 24% и 77%.

Таким образом, плановые финансовые показатели практически всегда достигали поставленных значений.

Обобщая проведенный анализ можно сказать, что установленные плановые производственные и финансовые показатели в 2016 г. сравнивая с 2012 г. больше достигают значений, установленных в плане, а также выходят за его рамки.

Литература

1. Официальный сайт АО "Сахатранснефтегаз" <http://aostng.ru>

References

1. Official site of JSC "Sakhatransneftegaz" <http://aostng.ru>

МАРКЕТИНГОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ, ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ

MARKETING CONCEPT, CUSTOMER-ORIENTED

Авторы: Ильина Нина Александровна

Аннотация: В статье рассматривается история становления маркетинга, ориентированного на потребителя в России. Автор показывает результат становления новых экономических отношений и изменения факторов макро и микро среды российского бизнеса.

Ключевые слова: Маркетинг, маркетинговая концепция.

Annotation: The article discusses the history of marketing, consumer-centric in Russia. The author shows the result of formation of new economic relations and changing factors in the macro and micro environment of Russian business.

Keywords: Marketing, marketing concept.

УДК 330.322

Концепция маркетинга представляет собой философию ведения бизнеса где ключевой момент дается потребителю.

История развития концепции маркетинга у российских компаний (рис. 1) показывает, что на первом этапе становления маркетинга было внедрение маркетинговой концепции, ориентированной на потребителя.



Рисунок 1 - Становление современной концепции маркетинга на основе эволюции приоритетов в сторону инновационного социально-этичного маркетинга и маркетинга взаимодействий

В начале 90-х годов маркетинговая концепция, ориентированная на потребителя стала естественным шагом в развитии маркетинга, т.к. осуществлялось реформирование всей экономики России под лозунгом перехода к рыночным отношениям.

Бурное развитие в внутренней и внешней торговле вызвано либеральными реформами, и поэтому данный сектор экономики под влиянием агрессивного международного маркетинга, которые проводились транснациональными компаниями (ТНК), стали вытеснять российских неконкурентоспособных производителей с национальных потребительских и промышленных рынков. При этом ТНК использовали весь арсенал маркетинговых инструментов и механизмов для подавления конкуренции со стороны отечественных участников рынка.

В данной ситуации российские предприятия были вынуждены обучаться западным приемам и механизмам маркетинговой деятельности и, прежде всего, работе с клиентами. Для российских бизнесменов необходимо было овладеть инструментами маркетинга, к которым непосредственно относятся товарная, ценовая, распределительная и коммуникационная политика, а также поменять свой менталитет и мировоззрение в сторону соблюдения благожелательных отношений с покупателями.

Причинами возникновения концепции, ориентированной на потребителя, или «внешнего» маркетинга послужили негативные проявления бурно развивающегося рынка, к которой были характерны такие черты как непредсказуемость развития, тенденция к росту монополизации, чрезмерная стихийность, неупорядоченная конкуренция и т.д., грозившие серьезными и социальными потрясениями.

К основным принципам концепции, ориентированной на потребителя, которые применялись маркетинговыми специалистами, относятся следующие положения:

1. Принцип гомеостаза;
2. Принцип исследования рынка;
3. Принцип активного воздействия на рынок (на потребителей).

Принцип гомеостаза предполагает, что важнейшую информацию для принятия решений в области рыночной деятельности предприятие должно ориентироваться на окружающую (внешнюю) среду, т.к. компания в условиях развивающегося рынка может выжить лишь благодаря обеспечению постоянного динамического равновесия, максимальной согласованности с внешней средой. Именно внешняя среда является источником и реальной опорой его стратегических решений и повседневных действий.

Принцип исследования рынка подразумевает количественную меру воздействия предприятий в области маркетинга, которая должна определяться исследованиями рынка. В процессе исследования рынка ключевыми параметрами являются емкость рынка, потенциальный спрос и объем реализации, доля рынка. Изучение (исследование) постоянно меняющейся внешней среды компаниям позволяют бизнесу избежать ошибок в принятии производственных и коммерческих решений, снизить риск в борьбе с конкурентами, увеличить предсказуемость результатов деятельности в ближайшей и отдаленной перспективах, которые не могут быть достигнуты по прошлому опыту, интуиции, логике и т.д.

Принцип активного воздействия на рынок (на потребителей) предполагает необходимость постоянного стремления к инновационному прорыву, которые обеспечивают долговременные конкурентные преимущества, т.к. обновляя ассортимент, внося элементы новизны в сам товар, его свойства, сферы применения, упаковку, приемы дифференциации и позиционирования, формы сбыта, обоснование достоинств цены, содержание маркетинговых коммуникаций, компания стремится активно воздействовать на потребителей, поставщиков, посредников и одновременно эффективно противодействовать конкурентам.

Исследователями было замечено, что эмоциональная составляющая маркетинга с повышением уровня жизни индивида играет большую роль при выборе и принятии решения о покупке. Поэтому фирмам следует учитывать данное исследование при разработке программы активного воздействия на потребителей, в частности, при обосновании и реализации стратегии маркетинговых коммуникаций.

Таким образом, современная концепция маркетинга, ориентированная на потребителя, в России сформировалась как результат становления новых экономических отношений и изменения факторов макро и микро среды российского бизнеса. В данной концепции внешняя среда познается с помощью маркетинговых исследований и активного воздействия на него при помощи арсенала ценовых и неценовых средств (качество, технический уровень, технологическое совершенство).

Литература

1. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2010. – 680 с.
2. Управление маркетингом: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 322 с. — Серия: Университеты России

References

1. Marketing: theory and practice: textbook / V. I. Belyaev. – 4-e Izd., Rev. and extra – М.: KNORUS, 2010. – 680 S.
2. Marketing management: tutorial and workshop for undergraduate academic / T. L. Korotkova. — 2nd ed. Rev. and extra — М.: urait, 2017. — 322 p. — Series: Universities of Russia

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ КАК НАУКА И КАК ЯЗЫК БИЗНЕСА

ACCOUNTING AS A SCIENCE AND AS THE LANGUAGE OF BUSINESS

Авторы: Ильин Артем Анатольевич

Аннотация: Современная наука не может дать однозначного ответа на вопрос о том, когда именно появился бухгалтерский учет. Во многом это объясняется скудостью сохранившихся источников - учетных документов, использовавшихся нашими предками. Но, все-таки, бухгалтерский учет берет свое начало со времен возникновения хозяйственной деятельности и он является древнейшей наукой.

Ключевые слова: Бухгалтерский учет, двойная запись, сальдо

Annotation: Modern science cannot give a definite answer to the question of when it appeared accounting. This is largely due to the paucity of surviving sources - accounting documents used by our ancestors. But still, accounting originates from the time of occurrence of economic activities and it is the oldest science.

Keywords: Accounting, double entry, balance

УДК 657.1

Сегодняшний бухгалтерский учет берет свое начало со времен появления хозяйственной деятельности. Предпосылкой появления учета существовала потребность обслуживания заинтересованностей хозяйствующих субъектов. Таким образом, исконным назначением учета следует рассматривать предоставление положительного влияния на хозяйственную деятельность, посредством предоставления надлежащих данных, необходимой для принятия решений. Таким образом, история бухгалтерского учета насчитывает приблизительно 6 тыс. лет. Общепринято полагать, что в первый раз о бухгалтерском учете как науке упоминается в работах Бенедетто Котрульи 1458 г. и Луки Пачоли 1494 г. Во второй середине XV столетия в трактате Бенедетто Котрульи "О торговле и современном купце" возложил основание обсуждению бухгалтерского учета как орудия управления отдельным предприятием, с одной стороны, и как многоцелевой методологической науки - с другой. А все началось с того, что в Венеции в 1494 г. францисканский монах Лука Пачоли (1445 - 1517 гг.) издал книжку, одна из элементов которой именовалась "Трактат о счетах и записях". Это было первое представление двойной бухгалтерии. В течении больше пятисот лет мысли Луки Пачоли проявляли и все ещё оказывают воздействие на формирование учета как науки. Однако эта точка зрения оспаривается многими учеными, доказывая это тем, что двойная запись появилась значительно ранее. Несколько столетий считалось, что баланс - это результат двойной записи на бухгалтерских счетах, и, то что непосредственно баланс, по определению французских ученых Э. Леотэ (1845-1908) и А. Гильбо (1819-1895), ничто иное, как "синтез не закрывшихся счетов". И, по данному мнению, все учебники объясняли учет от счетов к балансу. И только лишь в самом конце XIX столетия швейцарский ученый И.Ф. Шер (1846-1924) выстроил высказывание нынешней концепции учета от баланса к счетам. Факт в том, что самостоятельно двойная запись закономерно истекает из баланса, а никак не из счетов.

В результате, размышляя над высказанным, следует сделать заключение, то что двойная бухгалтерия - это, как заявил О. Шпенглер (1880-1936), один из самых больших открытий человечества, равное свершениям Колумба и Коперника.

О том, что наука, а что не наука - об этом понимают философы. Они создали конкретные критерии, и в случае если комплект познаний данным критериям соответствует, в таком случае возможно заявлять о том, что данный набор сформирует науку.

Г.Ф. Гегель (1770-1831) считал, что наука появляется в таком случае, если представляют какие-то совокупные закономерности. Он их сводил к 3 законам диалектики:

1. Закон целостности противоположностей;
2. Закон перехода количественных изменений в основные высококачественные;
3. Закон отрицания.

Дебетовое сальдо (дебет больше кредита) отображает положение этого типа хозяйственных средств на установленную дату и представляется в активе баланса.

Кредитовое сальдо (кредит больше дебета) отображает положение источников хозяйственных средств и представляется в пассиве. В случае если счёт никак не обладает остатка (сальдо равняется нулю), то подобный счёт именуется закрытым. В счетоводном учёте определенные немерено имеют все шансы в то же время обладать и дебетовое, и кредитовое остаток. В практике зачастую анализируется никак не вся хроника бухгалтерского счёта, а только установленный промежуток периода, к примеру — последний месяц. Для этих целей акцентируют:

- сальдо начальное (входящее) — остаток по счёту на начало времени. Рассчитывается на основе предшествующих операций.

- дебетовый и кредитовый обороты за период — рассчитывается на основе операций исключительно за анализируемый промежуток.

- сальдо за период — суммарный итог операций за анализируемый промежуток.

- сальдо конечное (исходящее) — остаток по счёту на завершение периода. Как правило, рассчитывается как арифметическая сумма первоначального сальдо и оборотов за промежуток.

О. Конт (1798-1857) заявлял, что наука такое систематизированное представление. Редчайшая наука способен показать столь закономерные совершенное знание. Все без исключения 4 закона формальной логики содержатся в двойной бухгалтерии:

1. Закон тождества - факт есть факт, если он зафиксирован документом.
2. Закон противоречия предполагает, что оценка факта, однажды признанная, не может быть пересмотрена;
3. Закон исключенного третьего - оценка может быть или верной или неверной, - третьего не дано.
4. Закон достаточного основания предопределяет документальную основу учета: нет документа - нет факта.

Таким образом, все без исключения основные концепции научных критериев подтверждают, то что бухгалтерский учет и независимо, и субъективно - настоящая наука.

Тем не менее, бухгалтерский учет считается довольно консервативной наукой, которая менялась при важных открытиях. К подобным действиям можно причислить возникновение письменности. Позднее добавились научные открытия в виде двойной записи, калькулирование себестоимости и прочие нововведения, поменявшие представление о бухгалтерии. В наше время допускается заявлять о начале новейшего периода формирования бухгалтерского учета, сопряженного с возникновением компьютерной техники и сетевых технологий, и кроме того глобализации мировой экономики и, как результат, стандартизации бухгалтерского учета и отчетности в всемирном масштабе.

Очевидно, то что без реализации учета никак не может благополучно формироваться и функционировать ни один хозяйствующий субъект. Отсюда следует, многие эксперты имеют схожесть во мнении, что бухгалтерский учет – это язык бизнеса, хозяйственной деятельности.

Бухгалтерию именуют универсальным языком бизнеса. Многофункциональность данного языка обозначает, то что с его поддержкой можно одинаково просто изложить действия хозяйственной жизни каждой компании либо учреждения, чем бы они ни занимались, а кроме того сравнивать компании абсолютно любых областей деятельности. Многофункциональность бухгалтерского языка сопряжена с тем, что все действия хозяйственной жизни оцениваются в общем датчике – в деньгах.

Бухгалтерский язык – это язык описания денежных потоков. Это язык для внутреннего применения, доступный только лишь лично бухгалтерам. Деньги именуют кровью бизнеса. Они циркулируют в жилах бизнеса, как кровь в организме. Денежные потоки идут внутри компании, выходят наружу, втекают снаружи. Стараются управлять этими потоками либо даже управляют ими руководители компании. Бухгалтеры же следят и тщательно записывают, куда и какое количество капель утекло, в каком месте вылилось, в каком месте прорвало, а в каком месте, напротив, забил гейзер экономического успеха. Уведомить управляющего о небезопасном прорыве – обязанность бухгалтера.

Исходя из написанного в работе, можно отметить:

1. Бухгалтерский учет, все таки, это наука (счетоведение) о двойной записи и принципах исчисления прибыли.
2. Бухгалтерский учет является актуальной прикладной наукой, решающей много задач, основная из которых - формирование информации о деятельности организации, ее имущественном и финансовом положении.
3. Информация бухгалтерского учета предназначена не только для внутренних пользователей, она используется и внешними пользователями для изучения и оценки деятельности предприятия;
4. В современных условиях бухгалтерский учет является звеном, соединяющим хозяйственную деятельность и лиц, принимающих управленческие решения.

Хотел бы закончить свою работу высказыванием испанского специалиста Б. Солозано в 1603 г., что: “Бухгалтерский учет стоит выше всех наук и искусств, ибо все нуждаются в нем, а он ни в ком не нуждается; без бухгалтерского учета мир был бы неуправляем и люди не смогли бы понимать друг друга”.

Литература

1. Шеремет А.Д. Бухгалтерский учет и анализ : учебник / Под общ. ред. проф. А.Д. Шеремета. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 618 с. - (Высшее образование).

2. Кутер М.И. Теория бухгалтерского учета : учебник. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 592 с.: ил.
3. Веселова В.В. Бухгалтерский учет по отраслям : уч.-метод. пособие / под ред. Л.В. Николаева - Н.: 2007. - 83 с.

References

1. Sheremet, A. D. financial Accounting and analysis : the textbook / Under the General editorship of Professor A. D. Sheremet. - М.: INFRA-M, 2010. - 618 p. - (Higher education).
2. Cooter M. I. Theory of accounting : textbook. - 3rd ed. prelab. and extra - М.: finances and statistics, 2006. - 592 S.: Il.
3. Veselov V. In Accounting by industry : Uch.-method. the allowance / under the editorship of L. V. Nikolaev, N.: 2007. - 83 S.

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ РФ, ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЕЕ РАЗВИТИЯ

THE TAXATION OF RUSSIA'S OIL INDUSTRY, THE MAIN PROBLEMS AND STATE REGULATION OF ITS DEVELOPMENT

Авторы: Ильин Артем Анатольевич

Аннотация: В данной работе рассматриваются основные проблемы налогообложения нефтяной отрасли в РФ. Приведены характеристики нынешней налоговой системы, выявлены проблемы и трудности и обозначены основные перспективные направления реформирования налогообложения нефтяных предприятий путем изъятия рентных доходов и повышения эффективности нефтедобычи.

Ключевые слова: Нефтяная отрасль, проблемы налогообложения, государственное регулирование, реформирование.

Annotation: This paper discusses the basic problems of taxation of the oil industry in Russia. The characteristics of the current tax system, identified problems and difficulties, and the main perspective directions of reforming taxation of the oil industry through extraction of rental income and increase production efficiency.

Keywords: The oil industry, issues of taxation, government regulation, reformation.

УДК 336.221

Нефтяная отрасль для Российской экономики, является базовым сегментом, гарантирующий существенную долю поступлений в бюджет государства. В течении продолжительного периода российское законодательство о налогообложении нефтяной области было направлено в предоставлении любой ценой надлежащего степени налоговых поступлений в госбюджет. Финансовая эффективность налогообложения при этом отходила на второй план. Результатом этого стал сформировавшийся весьма отрицательный налоговый климат, затрудняющий интенсивному формированию отрасли и увеличению её производительности.

Российские предприятия, специализирующиеся добычей нефти, отчисляют последующие налоги:

- налог на прибыль по ставке 20% (минимальная ставка 15,5%);
- налог на добавленную стоимость - НДС (стандартная ставка НДС - 18%);
- налог на добычу полезных ископаемых (НДПИ);
- платежи за пользование недрами;

- прочие налоги в отношении юридических лиц;

- таможенные платежи.

Базу налоговой нагрузки в отечественные предприятия сегмента поиска и добычи составляют НДС и экспортная таможенная пошлина. Фирмы, осуществляющие деятельность в области переработки и сбыта, никак не облагаются НДС и платежами за пользование недрами, однако уплачивают акцизные пошлины на нефтепродукты.

Экспортные таможенные пошлины на сырую нефть и продукты, произведенные из нефти, подпадают под влияние режима «60 - 66». Главная задача внедрения режима «60 - 66» состоит в том, чтобы гарантировать скорейшее увеличение прибыльности в сегменте поиска и добычи за счет перераспределения прибыли от основной переработки нефти, степень которых в настоящее время излишне возвышен. В таком случае, увеличение ставки экспортной таможенной пошлины на мазут повысит прибыльность второстепенных действий переработки (гидрокрекинга и каталитического крекинга) и станет заинтересовывать нефтяные предприятия к привлечению денег в модернизацию нефтеперерабатывающих заводов.

С 1 октября 2011 г. Правительство РФ установило предельную ставку экспортной таможенной пошлины для сырой нефти на уровне 60%.

Временные мероприятия по изменению порядка налогообложения нефтедобычи с 2002 г. были установлены, частности установлена пошлина на добычу полезных ископаемых (НДС) и таможенные пошлины на черное золото, что гарантировало требуемый доход в госбюджет и решило задачу трансфертного ценообразования. С 2012 г. постановлением Правительства базисная ставка для НДС в отношении нефти увеличилась. Отменяются нулевые ставки экспортных пошлин на восточносибирскую нефть. Подразумевается снижение этапа воздействия льготных ставок согласно отдельным месторождениям. Учитывается ежегодная индексирование ставок акцизов на нефтепродукты.

Один из основных минусов системы налогообложения нефтяного комплекса состоит в неоптимальности распределения налогового бремени по научно-технической цепочке. Главные платежи приводятся на добывающие и нефтеперерабатывающие фирмы. В следствии ноша налогового бремени укладывается на более технологичные и требующие больших инвестиционных расходов участки производственной цепочки.

Иным существенным минусом считается излишне значительная доля налогов с оборота. К примеру, нефтедобывающие организации, функционирующие согласно наибольшей ставке платы за недропользование, обязаны зачислять государству вплоть до 30% собственного оборота (в этом случае - стоимости добытого сырья). Такого рода подход никак не предусматривает российской особенности, складывающейся в огромный доле трудноизвлекаемых запасов. В целом имеющаяся налоговая система никак не считается эластичной, потому что нацелена на обложение налогами высокодебитных месторождений и никак не предусматривает справедливого увеличения издержек добычи по мере снижения дебитов скважин и увеличения обводненности. Данный минус в особенности виден, когда стоимости на нефть в времена экономических кризисов падают и производство становится убыточным.

Еще одной существенной проблемой считается система налоговых льгот для освоения малодоступных, малопродуктивных и истощенных месторождений. В случае если налогообложение нефтедобычи никак не будет изменено, нефтегазодобыча станет со временем уменьшаться вплоть до 395 миллионов т к 2020 г. «При сегодняшней налоговой

системе нерентабельны для разработки 90% запасов новых месторождений и 30% на уже разрабатываемых месторождениях», - подобное высказывание сделал министр Сергей Шматко, показывая в правительстве в конце прошлого года проект Генеральной схемы развития нефтяной сферы вплоть до 2020 г. В случае если учитывать, то что согласно результатам 2010 г. нефтяные предприятия обеспечивали 44% поступлений в федеральную казну, то к окончанию 2012 г. данный коэффициент уменьшился вплоть до 23%. Таким образом, правительство в настоящее время стала перед серьезной задачей - налоговые льготы имеют все шансы уменьшить доход в федеральный бюджет, а при отсутствии льгот уменьшится добыча нефти.

В Америке и Норвегии, столкнувшись с необходимостью активизировать нефтедобычу на малоприбыльных месторождениях, пошли по линии предоставления налоговых льгот для «сложной» нефти и поощрения целыми средствами нефтяных предприятий к внедрению успешных технологий её добычи.

В Российской Федерации образцом подобного подхода к содействию трудных скважин считается Татарстан. В 1995 - 1999 гг., когда Татарстан обладала независимостью в налоговой политике, налоговые льготы дали возможность не только лишь прекратить катастрофичное снижение добычи нефти, однако и увеличить её. Но с 2001 г. Республика вступила в общее налоговое поле Российской Федерации, и вновь начали появляться трудности. «Татнефть» обратилась к Правительству с просьбой дать льготы для выработанных месторождений, и в 2006 г. подобные льготы были даны. За 3 последующих года добыча на крупнейшем в ВолгоУральском регионе Ромашкинском месторождении стабилизировалась. Это разрешило приобрести 3,6 руб. дополнительных налогов на 1 руб. льгот.

Ухудшающаяся структура запасов заставляет нефтяные предприятия стремительно использовать технологические процессы увеличения коэффициента извлечения нефти (КИН) и восстановить прежние скважины. Ресурсы здесь большие. На объектах с трудноизвлекаемыми запасами КИН никак не превосходит 10 - 25%, а средний КИН в Российской Федерации уменьшился за минувшие два десятилетия с 40 - 45% вплоть до 30 - 35%. В Америке же, к примеру, за минувшие 30 лет КИН увеличился с 32% вплоть до 40%, несмотря на то, что структура запасов нефти там изначально похуже.

Нынешняя налоговая система, которая не только лишь усложняет использование существующих, в существенной степени выработанных месторождений, однако и по сути мешает исследованию новейших многообещающих запасов. На сегодняшний день для ввода в устройство новейших больших месторождений необходимы большие капиталовложения, возможные только лишь при участии зарубежного капитала. Для привлечения западных инвесторов был внедрен закон о СРП, типичный для государств с малоразвитой, замкнутой экономикой. Вплоть до последнего периода указ действовал малоэффективно; предприятия, функционирующие в рамках СРП, приобретали преимущество перед другими производителями. Синхронное существование 2 налоговых режимов препятствует формированию конкурентной борьбы. Однако указ, во-первых, подразумевает завершение долговременного гражданского соглашения между властями и предприятиями, его выполнение подразумевает самостоятельность бизнеса от властей, функционирующую законную систему, конкурентноспособную политическую систему, во-вторых, он максимально прозрачен.

Нефтедобывающая отрасль, представляет собой основное звено в налогообложении нефтяной индустрии, определяет развитие и уровень цен на целый спектр готовой продукции комплекса. Цель стабилизации цен на нефть и нефтепродукты при сохранении, и в том числе,

и увеличении налоговых поступлений в бюджет государства считается первоочередной. Но имеется причины допустить, то что внедренные расчеты по формуле НДС и шкала возросших пошлин приведут к иному итогу: изменению финансовой сущности ресурсных платежей, увеличению фискальной составляющей и, в соответствии с этим, сокращению стимулирующей роли налогов. Это уменьшит результативность деятельности нефтяной индустрии, выведет за линию рентабельной работы нескольких месторождений и приблизительно пятую часть эксплуатационного фонда скважин в целом по государстве, уменьшит налогооблагаемую базу.

Учитывая все без исключения трудности налогообложения нефтяных предприятий, власть считает, что последующее понижение налоговой нагрузки необходимо осуществить за счет НДС в отношении нефти. Уместно ли это сделать, при внедрении частично его замещающего налога на дополнительный доход (НДД), при этом следующее снижение поступлений НДС в федеральный бюджет станет неполностью компенсироваться иными платежами, так как в следствии повышения прибыли, остающихся в отрасли, вырастут поступления социальных взносов в государственные внебюджетные фонды, от налога на прибыль и НДС - в бюджеты территорий, где располагаются добывающие и нефтеперерабатывающие компании. Совместно с этим, из-за уменьшения части НДС в обязательных платежах немного снизится зависимость экономических результатов в нефтедобыче от конъюнктуры мировых цен на черное золото.

Схема, базирующаяся в использовании НДД, наиболее сложная, то что несомненно как с точки зрения выполнения налоговых расчетов, так и с позиции фактического контролирования за их достоверностью. Это на самом деле формирует возможный потенциал занижения производителями своих налоговых обязательств и, как следствие, снижения прибыли государственного бюджета. Непосредственно с этим связана угроза неуправляемого сокращения налоговых поступлений в результате введения НДД.

Иной значимой мерой, снижающей налоговую нагрузку уже на всех экономических агентов, функционирующих при общем порядке налогообложения, и стимулирующей инвестиционную активность, считается возобновление льготы на реинвестируемую прибыль.

Действующий режим налогообложения нефтедобычи вынуждает нефтяные предприятия осуществлять селективную разработку месторождений, сдерживать потенциал применения функционирующего фонда скважин. Они никак не используют касательно дорогостоящие технологические процессы увеличения нефтеотдачи пластов, так как непосредственные эксплуатационные расходы по ряду месторождений и скважин, остающиеся в директиве нефтяных фирм до налогообложения, приводят к уменьшению рентабельности.

Развитию отрасли мешает нехватка института ценообразования нефти на внутреннем рынке. Для более совершенной выработки залежей технологически чрезвычайно нужно применять целый фонд добывающих скважин, чего и добиваются иные нефтедобывающие государства, сдвигая обложение налогами на экономические результаты деятельности нефтяных предприятий, делая рентабельной работу скважин с значительными расходами.

Вовлечение в полномасштабный оборот в целом функционирующего фонда скважин, трудноизвлекаемых запасов, небольших месторождений, месторождений на начальных и конечных стадиях их разработки, а кроме того месторождений Восточной Сибири, арктического шельфа и иных новых регионов повергнет к значимому увеличению налогооблагаемой базы нефтедобычи, что гарантирует сплочение интересов абсолютно всех сторон: государства, производителя и покупателя. Немаловажно, чтобы основные поступления в бюджет государства создавались за счет особого налога от добычи нефти (СНДН) либо специфического НДД (либо налога на сверхприбыль), распространяемого на все функционирующие, а не только лишь на новые месторождения. Это обязано осуществляться

от результатов экономической деятельности компаний, а никак не за счет выручки до налогообложения. Внедрение в практику (за счет изменения действующей структуры налогов) особых налогов (НДД на сверхдоходы (прибыль) либо на доходы) при добыче нефти за счет конечных итогов экономической деятельности нефтяных фирм обеспечит вероятность, применяя рекомендованный механизм налогообложения добычи нефти, непосредственным способом регулировать их, как это исполняется в остальных государствах.

Все это даст возможность гарантировать успешную работу действующего фонда скважин, рациональную разработку всех месторождений (в том числе и мелких), текущих и многообещающих запасов нефти с большим уровнем эксплуатационных расходов, основанных на дифференциальном подходе по качеству запасов. Подобным способом, возможно гарантировать доходную работу подавляющего фонда скважин, любая из которых в силах давать соответствующий доход.

Министерство финансов полагает, что ликвидация пошлины на экспорт и переход на НДД - процесс довольно непростой и может занять долгий период, на этом стадии министерства и ведомства вместе с нефтяными предприятиями в 2011 г. разрабатывали комплект предложений по внесению перемен в налоговое законодательство Российской Федерации по обеспечиванию баланса интересов бюджета и отрасли.

Решения об индексации и дифференциации ставок акцизов, а кроме того о поэтапном выравнивании экспортных пошлин на нефтепродукты считаются абсолютно аргументированными. Появляется проблема о том, какие непосредственно налоги необходимо уменьшить. Отталкиваясь из приоритета сохранения целостности налоговой системы в отношении главных налоговых платежей, «претендентами» на уменьшение остаются НДС и вывозной пошлины на черное золото, а непосредственно уменьшение максимальной ставки вывозной пошлины на черное золото с 65% вплоть до 60%.

Следует выделить, то что функционирующее налоговое законодательство малоэффективно и мешает обычному формированию нефтяного комплекса. На сегодняшний день пошлина на добычу полезных ископаемых привязана к всемирным расценкам на черное золото, а горно-геологические и географические условия при этом никак не принимают во внимание уровень налога на добычу полезных ископаемых.

Предприятиям, функционирующим в непростых обстоятельствах, необходимы преференции в сфере налогообложения. Какие-то преференции имеются, это затрагивает ряда месторождений Восточной Сибири, однако они функционировали временно, и в мае 2011 г. их упразднили. Есть преференции у «Лукойла» на Каспии - на конкретный промежуток времени. Принимая во внимание все данные обстоятельства, инвестору лучше отправиться в Канаду либо Норвегию.

Законодательство обязано быть эластичным: необходимо задаваться мыслью, как законодательно строить отношения с инвестором, чтобы при этом никак не испытывали страдания интересы нашей страны и никак не ущемлялись интересы российских предприятий, к примеру, при поставке щебня, труб, кабеля, части оборудования и т.д. В случае СРП (соглашения о разделе продукции) инвестор в настоящее время никак не заинтересован в удешевлении проекта. Это совершается вследствие того, что в соответствии с договором об СРП сторона, которая дает условия, должна возместить все без исключения затраты, а уже затем делиться прибылью.

Четкие законы при долгосрочных программах являются началом инвестиционной политики.

Немаловажно, чтобы главные поступления в бюджет государства создавались за счет особого налога на добычу нефти либо налога на сверхприбыль, распространяемого на все функционирующие, а не только лишь на новые месторождения. Это должно являться итогом экономической деятельности компаний, а не за счет выручки до налогообложения. Для обеспечения оптимального баланса интересов страны и недропользователей наряду с выработкой оптимальной структуры налогообложения для новых месторождений и ценообразования нужны решение об оптимизации налоговой нагрузки на функционирующие месторождения и учет возможности изменения пошлин на нефтепродукты в привязке к срокам модернизации НПЗ в соответствии с техрегламентом.

Учитывая серьезность проблемы и приведенные трудности, для последующего формирования, увеличения производительности и конкурентоспособности на мировом рынке нефтяной отрасли Российской Федерации нужно государственное, в главную очередь налоговое, урегулирование её формирования. Таким образом, уже в самый ближайший период следует модифицировать порядок налогообложения нефтедобывающих предприятий.

Литература

1. Хомутов И.А. Налогообложение российской нефтяной отрасли: системный подход к реформированию. – М.: Петромаркет, 2016 г. – 82 с.
2. Официальный сайт Федеральной налоговой службы: <http://www.nalog.ru>.
3. Приказ Министерства энергетики РФ от 6 июня 2011 г. № 212 «О Генеральной схеме развития нефтяной отрасли до 2020 года» // Справочно-правовая система «ГАРАНТ»: <http://www.garant.ru>.
4. Утверждение Генеральной схемы развития нефтяной отрасли до 2020 года и Генеральной схемы развития газовой отрасли до 2030 года: http://minenergo.gov.ru/news/min_news/7473.html

References

1. Clamps I. A. Taxation of the Russian oil industry: a systematic approach to reform. – М.: Petromarket, 2016 – 82 С.
2. Official site of Federal tax service: <http://www.nalog.ru>
3. Order of the Ministry of energy of the Russian Federation from June 6, 2011 № 212 "On the General scheme of oil industry development up to 2020" // reference legal system "GARANT": <http://www.garant.ru>.
4. The approval of the General scheme of oil industry development until 2020 and the General scheme for gas industry development until 2030: http://minenergo.gov.ru/news/min_news/7473.html.

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ АО ХК «ЯКУТУГОЛЬ» ЗА 2014-2016 ГГ.

ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF CASH FLOW MANAGEMENT OF JSC HC "YAKUTUGOL" FOR 2014-2016.

Авторы: Ильин Артем Анатольевич

Аннотация: В статье рассматривается анализ эффективности управления денежными потоками АО ХК «Якутуголь» - одной из крупнейших угледобывающих компаний в Республике Саха (Якутия), от чьих финансовых состояний зависит экономика региона, а также судьба тысячи трудящихся в этой компании людей.

Ключевые слова: Анализ денежных средств, удельный вес денежных поступлений, доля денежных платежей, динамика поступлений и расходования денежных средств.

Annotation: The article deals with the analysis of the effectiveness of cash flow management of JSC HC "Yakutugol" is one of the largest mining companies in the Republic of Sakha (Yakutia), whose financial fortunes depend on the economy of the region, as well as the fate of thousands of workers in this company of people.

Keywords: Analysis of cash flows, the proportion of cash receipts, the share of cash payments, the dynamics of receipts and expenditure of funds.

УДК 330.44

Анализ движения денежных средств определяется, прежде всего, с тем обстоятельством, что с позиции контроля и оценки эффективности функционирования предприятия необходимо иметь представление о том, какие виды деятельности генерируют основной объём денежных поступлений и оттоков.

Анализ движения денежных средств позволяет определить сальдо денежного потока в результате текущей, инвестиционной и финансовой деятельности.

Данные отчета о движении денежных средств играют важную роль не только для оценки эффективности управления денежными ресурсами организации, но и используются в процессе анализа деятельности организации в целом, так как при этом имеется возможность:

- увязки результатов отчетного и предыдущего года;
- раскрытия основных источников получения и использования денежных средств;
- нейтрализации эффекта отражения выручки методом начисления (по отгрузке);
- прогнозирования притоков и оттоков денежных средств в перспективе;
- проведения анализа ликвидности организации;

- раскрытия направлений деятельности организации и анализа их сравнительной значимости;
- сравнения отчетности организаций, имеющих различия в учетной политике.

Реализация методики анализа денежных средств имеет определенную последовательность, состоящую из 4 этапов, которые представлены на рисунке 1.



Рисунок 1. Этапы анализа денежных средств.

Исходя из данной последовательности, сделаем анализ денежных средств поэтапно.

Первый этап: Рассмотрим динамику объёма формирования положительного денежного потока организации по отдельным источникам. Данные отображены в таблице 1.

Структура поступлений денежных потоков говорит о том, что большая часть положительного денежного потока в 2014 и 2015 годах составляли заёмные средства, полученные на возвратной основе, их удельный составил 67,25 % и 68,5 % соответственно. Но в 2016 году наблюдается хорошая тенденция к изменениям, так как доля заёмных средств значительно сократилась, так в 2016 году их удельный вес в структуре поступлений денежных средств составил 1,99 %, это говорит о том что заёмные средства в 2016 году уменьшились на 38138795 тыс.руб., или на 98,2 % по сравнению с 2014 годом и на 20344850 тыс.руб., или на 96,68 % по сравнению с 2015 годом. Такое резкое уменьшение было вызвано за счет увеличения средств полученных от покупателей. В 2016 году их доля в поступлениях возросла до 97,89 % (Рис. 2) и составила 34373969 тыс.руб., то есть в 2016 году они увеличились на 16068528 тыс.руб., и 25112844 тыс.руб., по сравнению с 2014 и 2015 годом соответственно. Такое изменение очень хорошо сказывается на финансовом состоянии предприятия.



Рис. 2. Удельный вес денежных поступлений в 2016 году.

Второй этап: Изучим динамику объёма отрицательного денежного потока организации, а также его структуру по направлениям расходования денежных средств. Данные отображены в таблице 2.

Состав отрицательного потока денежных средств (отток денежных средств) состоит из семи направлений расходования денежных средств. Большая часть расходов денежных средств на протяжении трех последних лет приходится на выплату кредитов и займов, но в 2016 году данные расходы сократились по сравнению с 2015 годом на 3592560 тыс.руб., так как необходимо было погашать налоговые обязательства, поэтому выплаты по налоговым обязательствам в 2016 году возросли на 2523825 тыс.руб, по сравнению с 2015 годом, так же значительное увеличение расходов денежных средств произошло по оплате товаров, работ и услуг. Так в 2016 году расходы по данным выплатам выросли на 5431615 тыс.руб., по сравнению с 2015 годом.

Доля каждого направления платежей представлены в диаграмме на Рис. 3.



Рис. 3. Доли денежных платежей в 2016 году.

Третий этап: Проанализируем сбалансированность положительного и отрицательного денежных потоков по общему объёму. Данные расчетов отражены в таблице 3.

Проанализировав потоки и оттоки денежных средств, мы можем сказать, что в 2014 году предприятием было произведено больше платежей, чем получено денежных средств, поэтому

это привело к тому, что в 2014 году сальдо денежных средств было минусовым, большую роль в этом сыграли большие платежи по инвестиционной и текущей деятельности. В 2015 году чистый денежный поток составил 24345 тыс.руб., это говорит о положительной динамике чистого денежного потока, который увеличился на 34747 тыс.руб., по сравнению с 2014 годом, этому поспособствовало поступление денежных средств по финансовой деятельности, но в 2016 году поступление денежных средств было меньше почти в 2,5 раза, чем составленные платежи по данной деятельности, что привело к снижению чистого денежного потока в 2016 году до 7702 тыс.руб., что меньше чем в 2015 году на 16643 тыс.руб. Но так же наблюдается большой рост поступления денежных средств в 2016 году по текущей деятельности в размере 34401930 тыс.руб., что больше по сравнению с 2015 годом на 24745862 тыс. руб.

Все поступления и расходования за период с 2014 – 2016 года, отражены в диаграмме (Рис. 4)

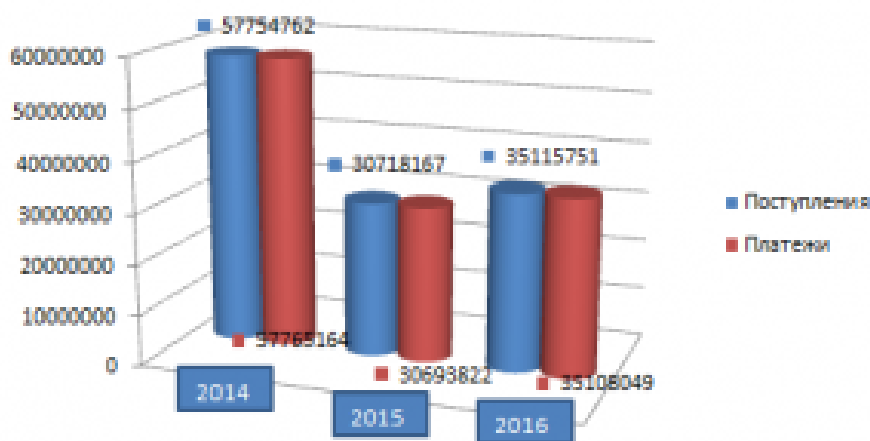


Рис.4 Динамика поступлений и расходования денежных средств за 2014 – 2016 гг.

Четвертый этап – коэффициентный анализ. Коэффициентный анализ неотъемлемая часть анализа денежных потоков. С его помощью изучаются относительные показатели, характеризующих денежные потоки, а также рассчитываются коэффициенты эффективности использования денежных средств организации. Для этого рассчитываются следующие коэффициенты. Для этого рассчитываются следующие показатели:

- Коэффициент текущей платежеспособности за год (Кплат), который дает представление о возможности организации генерировать необходимую величину поступлений денежных средств по текущей деятельности для поддержания платежеспособности. Рассчитывается по данным формы №4 по следующей формуле (1):

$$\text{Кплат} = \text{ПДПтд} / \text{ОДПтд}, \text{ где} \quad (1)$$

- ПДПтд – общая величина поступлений денежных средств по текущей деятельности;
- ОДПтд – общая величина денежных средств, использованных на текущую деятельность.

- Коэффициент достаточности чистого денежного потока позволяет определить достаточность создаваемого организацией чистого денежного с учётом финансируемых потребностей, который рассчитывается по следующей формуле (2):

$$K_{дп} = \frac{ДП_{тд}}{ЗК + \Delta З + Д}$$

(2)

- ДП_{тд} – чистый денежный поток по текущей деятельности;
- ЗК – выплаты по долго- и краткосрочным кредитам и займам за период;
- ΔЗ – прирост (снижение) остатка материальных оборотных активов за период;
- Д – дивиденды, выплаченные собственникам организаций за период.

- В качестве обобщающего показателя используют коэффициент эффективности денежных потоков в анализируемом периоде (Кэп), который рассчитывается по следующей формуле (3):

$$K_{эп} = ДП_{тд} / ДП_{о}, \text{ где}$$

(3)

- ДП_{тд} – чистый денежный поток по текущей деятельности;
- ДП_о – отток денежных средств за период.

- Для оценки синхронности формирования различных видов денежных потоков рассчитывается коэффициент ликвидности денежного потока (Клп) рассматриваемого периода, по формуле (4):

$$K_{лп} = \frac{ПДП - \Delta ДС}{ОДП}$$

(4)

- ПДП – приток денежных средств за период;
- ΔДС – приращение остатков денежных средств за период;
- ОДП – отток денежных средств за период.

- Коэффициент рентабельности положительного денежного потока (Рдп) для оценки эффективности рассчитывается по формуле (3.5):

$$R_{дп} = Рч / ПДП, \text{ где}$$

(5)

- Рч – чистая прибыль, полученная за период;
- ПДП – положительный денежный поток за период.

Все рассчитанные коэффициенты приведены в таблице 4.

Таблица 1. Коэффициенты эффективности использования денежных средств на предприятие

АО ХК «Якутуголь».

Наименование коэффициента	Период, год			Изменения(±), %	
	2014	2015	2016	2015/2014	2016/2015
Коэффициент текущей платежеспособности	1,00	1,00	1,00	0	0
Коэффициент достаточности чистого денежного потока		-0,15	9,25		9,40
Коэффициент эффективности денежных потоков	-0,03	-0,09	0,39	0,43	0,48
Коэффициент ликвидности денежного потока	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00
Коэффициент рентабельности положительного денежного потока	2,87	-0,97	-0,53	-3,40	0,45

Таким образом, исходя из данных, можно сделать следующие выводы:

- Нормативное значение коэффициента текущей платежеспособности Кпл =1. Данный показатель позволяет оценить возможность организации обеспечить выплату денежных средств только за счет притока денежных средств или за счет имевшего место на начало года остатка и притока денежных средств в анализируемом периоде. Проведя анализ мы видим, что коэффициент платежеспособности на протяжении анализируемого периода начиная с 2014 по 2016 года был равен 1, что говорит о соблюдении нормы данного коэффициента, а значит предприятие АО ХК «Якутуголь» является платежеспособным.
- Коэффициент достаточности чистого денежного потока в 2015 году увеличился на 9,40 и составил 9,25. Это значит, что чистого денежного потока в текущем периоде было достаточно для увеличения стоимости внеоборотных активов и выплаты дивидендов.
- Коэффициент эффективности денежных потоков в 2016 году увеличился на 0,43 и 0,48 по сравнению с 2014 и 2015 годами соответственно, и составил 0,39. Несмотря на то что, коэффициент имеет положительную динамику в 2016 году, такое низкое значение показателя (меньше единицы) свидетельствует о невозможности организации погашать обязательства за счет собственных средств.
- Коэффициент ликвидности денежного потока на протяжении анализируемого периода остается не измененным и равен 1, что говорит об относительно постоянных по годам уровнях денежных потоков организации.
- Коэффициент рентабельности в 2014 году имел положительное значение, но в последующие периоды, а именно в 2015 и в 2016 годах его значение резко сократилось. В 2015 году он составил -0,97 по сравнению с 2014 годом он уменьшился на 3,84, а в 2016 году его значение достигло - 0, 53, это свидетельствует об его увеличении по сравнению с 2015 годом на 0,45. Но, несмотря на увеличение, его значение остаётся с минусом, что свидетельствует о неэффективном использовании предприятием своих денежных поступлений.

Литература

1. Управление денежными потоками: учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / А.В. Кеменов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 167 с.
2. Официальный сайт АО ХК «Якутуголь» <http://www.yakutugol.ru/>

References

1. Cash flow management: textbook.a textbook for students of high schools trained on specialities of Economics and management / A. V. Kemenov. — М.: YUNITI-DANA, 2015. — 167 p
2. Official site of JSC HC "Yakutugol" <http://www.yakutugol.ru/>

ПРИБЫЛЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

PROFIT AND PROFITABILITY IN THE OIL AND GAS INDUSTRY

Авторы: Ильин Артем Анатольевич

Аннотация: В статье автор рассматривает прибыль и рентабельность нефтегазовой отрасли. Даются основные определения различных показателей.

Ключевые слова: Прибыль, рентабельность, валовая прибыль, чистая прибыль.

Annotation: In the article the author considers the profit and profitability the oil and gas industry. Given the basic definitions of the various indicators.

Keywords: Profit, profitability, gross profit, net profit.

УДК 330.322

Компании реализуют собственную продукцию покупателям, за счет чего получают денежную выручку. Но это ещё никак не значит извлечение прибыли. С целью раскрытия экономического результата следует сравнить выручку с расходами на изготовление продукта и её реализацию, т.е. с себестоимостью продукта. Компания получает прибыль, в случае если выручка превосходит себестоимость; в случае если выручка равноправна себестоимости, в таком случае получилось только лишь компенсировать расходы на изготовление и реализацию продукта и прибыль не имеется; в случае если расходы превосходят выручку, в таком случае организация получает убытки, т.е. негативный экономический результат, что ставит его в непростое экономическое положение, отнюдь не исключаящее и банкротство.

Прибыль считается главной основой экономических ресурсов компании, взаимосвязанный с получением валового дохода. Валовой доход компании - это выручка от реализации продукта (работ, услуг) за минусом материальных расходов, т.е. содержащий в себя оплату работы и прибыль. Взаимосвязь между себестоимостью, валовым доходом и прибылью компании приведена на Рис. 1.

Конечный экономический результат (прибыль либо убытки) складывается из экономического результата от реализации продукта (работ, услуг), основных фондов и прочего собственности компании и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на необходимую сумму затрат согласно данным операциям.

	Валовой доход		
Материальные затраты	Оплата труда	Прибыль	
Себестоимость		Налог на прибыль	Чистая прибыль
Выручка от реализации			

Рис. 1. Связь между себестоимостью, валовым доходом и прибылью компании

Доход (убытки) с осуществлении продукта (трудов, услуг) обуславливается как отличие между

выручкой от реализации в функционирующих тарифах без НДС и акцизов и расходами на изготовление и реализацию продукта.

Предприятия, исполняющие экспортную деятельность, при начислении прибыли из выручки от реализации продукта ликвидируют экспортные тарифы (Рис. 2).

Рис. 2. Выручка предприятия за реализованную продукцию

Вторая составляющая валовой (общей) прибыли компании – это прибыль от реализации основных средств и прочего имущества (Рис. 3).

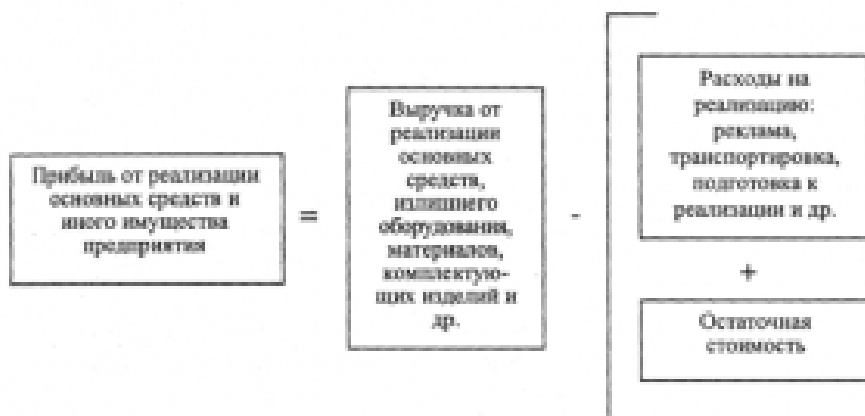


Рис. 3. Прибыль от реализации основных средств

Третья составляющая валовой прибыли - прибыль от внереализационных операций, напрямую никак не связанных с главной деятельностью: передача собственности в аренду, доходы по ценным бумагам компании, преобладание средства полученных штрафов над оплаченными, прибыль от коллективной деятельности, прибыль предыдущих лет, выявленная в отчетном году, и др.

Таким образом, общая величина прибыли (убытка) (P_0) обуславливается последующим способом.

$$P_0 = P_{осч} + P_{внер. опер.} + P_{встрелкер}$$

где $P_{внер. опер.}$ – прибыль от внереализованных операций.

Прибыль (убытки) от основной деятельности либо прибыль от реализации основной продукции товаров и услуг предполагает собою разность между выручкой без НДС, акцизов и экспортных тарифов и себестоимостью продукта либо расходами на производство этой продукции. Сама выручка по мере оплаты либо по мере отгрузки продукта и предъявления документов в виде расчетных платежей.

Существуют наличные и безналичные расчеты. В случае безналичных расчетов выручка обуславливается согласно мере поступления денежных средств за приобретенную продукцию на счета банка.

Могут применяться разнообразные способы установления выручки от реализации продукта и данный способ (какой угодно) в рыночных ситуациях находится в зависимости от условий договоренности и от условий хозяйствования. В частности, к примеру, валютная выручка, что остается в директиве компании уже после реализации, перечисляется на валютный счет компании, а далее переходит в рубли согласно по курсу Центрального Банка России.

Товарообращение применяется в секторах экономики и сферах производства товарного обращения вместо выручки от реализации, а что касается иностранной практики, то вместо выручки от реализации применяют представление валовой доход.

Валовый доход как финансовая категория отображает вновь образованную стоимость. В практике планирования и учета в торговле под валовым доходом подразумевается совокупность торговых надбавок либо скидок.

Текущие расходы либо себестоимость предполагают собою стоимостную оценку, применяемую в ходе изготовления и осуществлении природных ресурсов (сырья, материалов и т.д.) и трудовых ресурсов,- текущие расходы (себестоимость).

Прибыль от прочей реализации может быть получена от реализации излишних основных фондов, от реализации имущества, от реализации вероятных остатков производства, от реализации нематериальных активов.

Прибыль от иной реализации обуславливается как отличие между продажной ценой (начальной) либо стоимостью остаточной и расходами производства иного продукта.

Прибыль от внереализационных операций содержит доходы, приобретенные от долевого участия компании в деятельности иной организации.

Все 3 прибыли предоставляют единую либо балансовую прибыль (По).

Чистая прибыль получается впоследствии налогообложения на прибыль и возможные дополнительные доходы. Уже после этого складывается чистый прибыль компании (рис. 4).

Распределение прибыли показано в Рис. 5.

Часть чистой прибыли поступает в резервный фонд компании, доля - в фонд накопления и оставшаяся доля - в фонд пользования (социальные потребности, благотворительные цели не свыше 5%). К чистой прибыли прибавляется доход по облигациям и дивиденды по обыкновенным и привилегированным акциям.

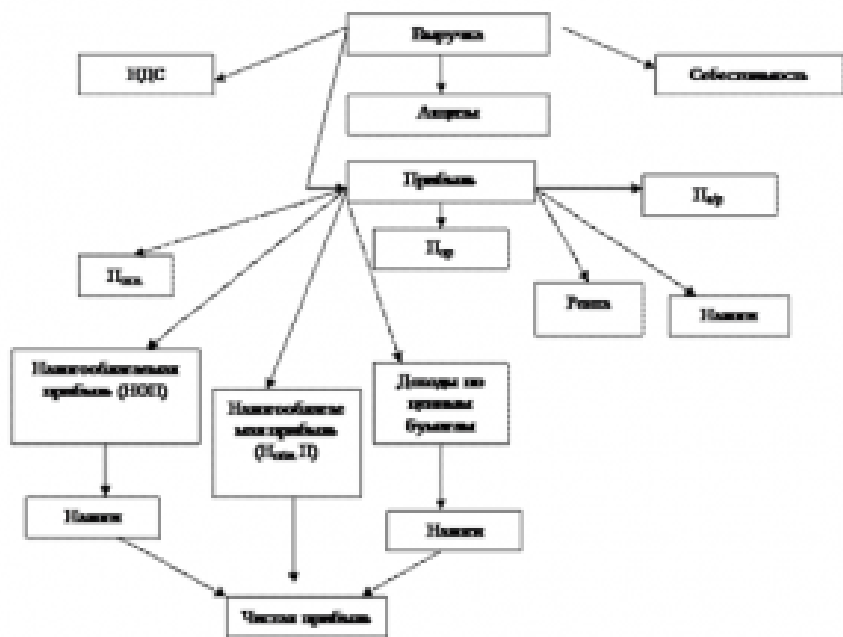


Рис. 4. Схема формирования

чистой прибыли

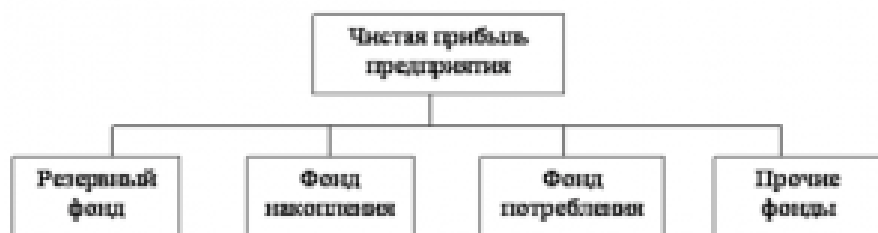


Рис. 5. Распределение прибыли

предприятия

На случай кредиторской задолженности формируется резервный фонд хозяйственными объектами и считается неотъемлемым для акционерных компаний и компаний с иностранным участием.

Эмиссионный доход начисляют в резервный фонд, которая отображает разность между номинальной и продажной стоимостью акции. Резервный фонд способен кроме того использовать на выплату процентов по облигациям и дивидендам.

Отчисления в резервный фонд выполняются в соответствии с учредительными фондами компании, однако никак не более 25% уставного фонда. При этом сумма отчислений никак не должно быть выше 50% налогооблагаемой прибыли.

Фонд накопления и фонд потребления считаются особыми фондами и возникают учредительными документами.

Фонд накопления предполагает собою ресурс средств компании, который аккумулирует прибыль с целью формирования нового имущества, покупки основных фондов и оборотных средств. Размер данного фонда, показывает на состояния имущества компании. Данный актив может быть уменьшен, однако в этом случае, если совершается списание расходов, сопряженных с формированием нового имущества и не включенных в изначальную стоимость основных фондов. Когда идет подготовка сотрудников, а важное, когда идет реорганизация

компании, совершается перераспределение данного фонда среди различными юридическими лицами.

Фонд потребления считается источником средств компаний и в нем резервируются валютные ресурсы, поступающие на социальное развитие компаний. В данном фонде никак не предусматриваются капитальные инвестиции на социальные развития. С данного фонда вероятны выплаты на заработную плату, дивиденды и проценты по акциям, выплаты по целому ряду льгот, которые включают и предоставление материальной поддержки.

Размер прибыли (дохода) определяет безусловную прибыльность компании, однако никак не предоставляет понятия об производительности его деятельности, уровня применения основных фондов и оборотных средств, с помощью которых получена доход (прибыль).

Для оценки экономических результатов, а кроме того производительности применения предприятием производственных фондов применяют условный коэффициент - уровень рентабельности. Уровень общей рентабельности $R_{общ}$ устанавливают в варианте взаимоотношения балансовой прибыли Π_b к среднегодовой цены основных производственных фондов C_f и среднегодовой суммы нормируемых оборотных средств C_o .

$$R_c = \frac{\Pi}{C} \cdot 100$$

Наравне с показателями общей рентабельности производства устанавливают эффективность R_c как отношение прибыли к полной себестоимости продукта. Данный коэффициент определяет прибыль на 1 рубль текущих расходов и дает возможность сопоставлять эффективность издержек производства.

$$R_{с\text{эф}} = \frac{\Pi_p}{C_p + C_o} \cdot 100\%$$

где Π — прибыль от реализации товарной продукции; C — полная себестоимость реализованной продукции.

Рентабельность компании находится в зависимости, в первую очередь в целом, от уровня себестоимости продукта, уровня применения основных фондов и оборотных средств, оптовой стоимости компании и иных показателей. Прямое воздействие на рентабельность проявляет качество продукта, так как увеличение качества при других одинаковых условиях повышает выручку от реализации. На рентабельность газодобывающей компании существенно воздействует повышение доли конденсата в совокупном объеме реализованной продукта.

При устойчивости цен на черное золото, газа и конденсата увеличение рентабельности нефтегазодобывающих компаний может быть достигнуто за счет повышения прибыли в следствии уменьшения себестоимости продукта и увеличения объема добычи, усовершенствования качества подготовки нефти и газа; увеличения производительности применения существующих производственных мощностей и оборотных средств и т.д.

Литература

1. Комплексный экономический анализ: учебное пособие / М.В. Мельник, А.И. Кривцов, О.В. Горлова. - М.: ФОРУМ: Инфра-М, 2014. - 368 с.

2. Экономический анализ: учебник для бакалавров / под ред. Н.В. Войтоловско-го, А.П. Калининой, И.И. Мазуровой. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Изд-во Юрайт, 2014. - 548 с.

References

1. Comprehensive economic analysis: textbook / M. V. Melnik, A. I. Krivtsov, A. V. Gorlova. - M: FORUM: Infra-M, 2014. - 368 p
2. Economic analysis: textbook for students / ed.In. Seminar was chaired by th, A. P. Kalinina, Irina Mazurova. - 4-e Izd., Rev. and extra - M.: Publishing house yurait, 2014. - 548 p.

АНАЛИЗ РАЗЛИЧИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ С МАРКЕТИНГОВОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ КУЛЬТУРАМИ

Авторы: Ильина Нина Александровна

Аннотация: В статье изучены основные различия организационных культур российских предприятий, которые делятся на производственные и маркетинговые.

Ключевые слова: маркетинговая организационная культура, производственная организационная культура

Annotation: The article studied the main differences of organizational culture of Russian enterprises are divided into production and marketing.

Keywords: marketing organizational culture, productive organizational culture

УДК 330.322

Понятие организационная культура предполагает собой совокупность принятых на предприятии моральных ценностей, этических норм и т.п. Ключевым моментом является то, что организационная культура является неписанным документом, но разделяемый всеми сотрудниками организации.

Следовательно, организационная культура – неформальный способ выполнения работы.

В российских предприятиях организационная культура делится на два класса: производственная и маркетинговая.

Производственная организационная культура досталась от административно-командной системы хозяйствования российским предприятиям, при которой все основные ценности связаны именно с производством и людьми, осуществляющими трудовой производственный процесс, а потребители никем не изучались.

Маркетинговая организационная культура характерна рыночной экономике, где изучается и анализируется сам рынок, а именно нужды и потребности потребителей посредством чего субъекты хозяйствования получают свой финансовый результат (прибыль).

Различия между данными двумя культурами представлены в монографии П.С. Завьялова и В.Е. Демидова и выглядят следующим образом (табл. 1).

Таблица 1 – Различия в деятельности предприятий маркетинговой и производственной организационной культурами

Маркетинговая оргкультура

Производственная оргкультура

он готов платить, где и когда этот продукт потребуется. Поэтому инженерно-техническая сфера должна быть прочно связана со сферой маркетинга.

Литература

1. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2010. – 680 с.
2. Управление маркетингом: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 322 с. — Серия: Университеты России

References

1. Marketing: theory and practice: textbook / V. I. Belyaev. - 4-e Izd., Rev. and extra - M.: KNORUS, 2010. - 680 S.
2. Marketing management: tutorial and workshop for undergraduate academic / T. L. Korotkova. — 2nd ed. Rev. and extra — M.: urait, 2017. — 322 p. — Series: Universities of Russia

МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

MARKETING ENVIRONMENT OF ENTERPRISES FUNCTIONING

Авторы: Ильина Нина Александровна

Аннотация: В статье изучена среда функционирования субъектов хозяйствования, которые делятся на внутренние и внешние, а они еще на подгруппы.

Ключевые слова: факторы маркетинга, внешние факторы, внутренние факторы, макросреда, микросреда, собственно маркетинг, менеджмент

Annotation: In the article the environment of functioning of business entities, which are divided into internal and external, and they are still on subgroups.

Keywords: marketing factors, external factors, internal factors, macro environment, micro-environment, proper marketing, management

УДК 330.322

С момента создания все хозяйствующие субъекты функционируют в маркетинговой среде, которые делятся на две большие группы - внешние и внутренние, а они еще на две подгруппы, которые еще разделяются на конкретные факторы. (рис. 1).



Рисунок 1 - Классификация факторов маркетинга

Первая группа среды маркетинга - внешние факторы, которые неподконтрольны предприятию и включают макро и микро среду.

Факторы макросреды являются порождением природы и общества вообще. Они, безусловно, имеют отношение к бизнесу, не в значительной своей части (за исключением той составляющей политических факторов, которая связана с налогами, с законами,

регламентирующим предпринимательскую деятельность) и не являются прямым порождением предпринимательства.

В структуре факторов макросреды включатся такие элементы как природа, демография, политика, экономика, социальные факторы, научно-технический прогресс, культура.

Природа – влияет такими формами как:

- Климатические и другие подобные особенности размещения предприятий и сбыта их продукции;
- Ранимость природы – фирмы не должны причинить вред окружающей среде;
- Ограниченность ресурсов – фирма использует возобновляемые (лес, продовольственные ресурсы, непродовольственные сельскохозяйственные сырьевые материалы) и невозобновляемые (нефть, газ, уголь, руды черных и цветных металлов, минералы и другие полезные ископаемые) ресурсы;
- Сезонность колебания в потреблении отдельных видов продукции.

Демография – при создании и развитии предприятий необходимо учитывать демографические показатели, к которым относятся:

- Численность населения страны, региона, города и т.п.;
- Структура населения по полу, возрасту, уровню образования, доходов и т.п.;
- Изменение в семьях, которые выражаются в увеличении числа бездетных семей, семейных пар, не состоящих в браке, разведенные и овдовевшие.

Политика – данный фактор регламентирует предпринимательскую деятельность и предприниматели, непосредственно, должны следить за формированием и развитием законодательной базы, чтобы не допускать каких-либо ошибок. К данным факторам относятся:

- Законодательные акты;
- Указы президента;
- Распоряжения правительства;
- Распоряжения местных властей.

Экономика – экономические факторы также определяют развитие как большого, так и малого бизнеса. В структуре данного фактора выделяют следующие составляющие:

- Общее состояние экономики – рост, стагнация или спад. Данные состояния отождествляются с уровнем потребления. Например, если уровень потребления товаров или услуг в стране растет, то общество богатеет, и экономика страны находится на подъеме. Снижение темпов роста потребления свидетельствует о спаде экономики, фиксация на одном уровне – о стагнации, застое в развитии экономики.
- Цены на энергию и энергоносители. Данные показатели часто изменяются, поэтому являются актуальными для определения стратегии развития предприятия.
- Процентные ставки – вносят вклад в формирование структуры конкурентного окружения для каждого предприятия. Например, если какое-то предприятие не может позволить себе взять кредит из-за высоких процентных ставок, а его конкурент может, то в недалеком будущем у первого предприятия могут появиться проблемы на рынке при условии, что конкурирующее предприятие разумно распорядится кредитными средствами. А также рост процентных ставок свидетельствует об оживлении экономики, о развитии предприятий и организаций, инвестирующих финансовые средства в передовые технологии, в расширение производства и т.д.

- Обменные курсы валют – взлеты и падения курсов валют имеют значение для развития бизнеса.
- Уровень инфляции – предприятия должны следить за уровнем инфляции, т.к. данный показатель является индикатором экономического здоровья страны. Так, если темпы роста инфляции незначительны и стабильны, то причин для беспокойства пока нет, а если переходят минимальные границы (8-10%) в месяц – есть повод задуматься об их причинах и о своевременном принятии мер с тем, чтобы уберечь предприятие от потрясений или ослабить их воздействие.
- Налогообложение – при разработке новых продуктов необходимо учитывать налоги, которые в обязательном порядке должны выплачиваться в федеральный и местный бюджеты.
- Глобализация экономики – в основе лежит научно-технический прогресс, выражающийся в ускорении и удешевлении транспортных перевозок, непрерывном совершенствовании телекоммуникаций, делающем глобальное общение простым и дешевым, а также все возрастающий опыт стран в международной торговле. Маркетологи должны обнаруживать данные проявления, наблюдать за ними, устанавливать тенденции развития и возможные формы влияния каждого из них на свое предприятие, на его деятельность.

Социальные факторы – анализ социальных параметров общества может подсказать исследователям-маркетологам возможные направления развития потребительских предпочтений в среде покупателей, что позволит руководству фирмы сформулировать обоснованную маркетинговую стратегию своей деятельности. К данным факторам относят:

- Старение населения (половозрастная структура населения) – при построении стратегий развития необходимо учесть данный показатель, т.к. оказывают влияние на потребительское поведение населения. Например, повышается спрос на услуги здравоохранения.
- Усиление дифференциации общества по уровню доходов – знание классовой структуры (богатые, средние, бедные) общества помогает маркетологам лучше ориентироваться в общественных процессах, т.к. принадлежность к классу говорит о возможных стереотипах поведения его членов, и строить более четкие прогнозные сценарии развития ассортиментной политики и др.
- Появление частного предпринимательства, наемного труда и безработицы – также влияет на образ жизни населения и на их потребительском поведении. Например, с появлением предпринимательства требуются рабочие, следовательно, увеличивается доля наемного труда. Безработица создает предпосылки для развития мотивации к квалификационному росту населения в трудоспособном возрасте.
- Структурные изменения в семье – необходимо учесть семейное положение индивида, т.к. в разных семьях (юные молодожены, молодая семья с ребенком, пожилые супруги с детьми и другие) разное потребительское поведение.

Научно-технический прогресс – предприятия должны следить за динамикой прогресса, чтобы не упустить возможность создания нового продукта и связанного с ним маркетингового успеха, а в ином случае могут оказаться неконкурентоспособными.

Культура – факторы культуры (религия, обычаи и ритуалы, нормы и ценности, образование и уровень грамотности, язык и другие) оказывают влияние на потребительское поведение людей на рынке, которое необходимо принимать во внимание при обосновании маркетинговых решений. В ином случае предприятие может обанкротиться.

Факторы микросреды и представляют собой непосредственно порождение бизнеса (они продукт предпринимательской деятельности). Структура факторов микросреды всегда должны быть объектами пристального маркетингового анализа, которые включают потребителей, поставщиков, посредников, контактных аудиторий, конкурентов.

Потребители – самые важные субъекты микросреды, т.к. именно их нужды (потребности) удовлетворяет предприятие. Потребители бывают разные и у каждого разные потребности, поэтому задачей маркетинговых исследований является изучение классификаций потребителей: потребительский рынок (домохозяйства), предприятия-производители, посредники, государственные учреждения, мировой рынок.

Поставщики – фирмы, которые обеспечивают данную фирму необходимыми материалами, сырьем, полуфабрикатами для производства ею товаров или услуги. Одним поставщиком фирма зависима, а к другим обращается от случая к случаю.

Посредники – фирмы, которые помогают данной фирме в продвижении ее товара на рынок, сбыте, распространении товара среди конечных потребителей.

Контактные аудитории – группа людей, других фирм, которая имеет интерес к данной фирме к ее товару или услуге и оказывает негативное или позитивное влияние. На данные влияния предприятие должно обратить внимание: позитивное – поддержать, негативное – нейтрализовать. Бездействие может поставить фирму в трудное положение.

Конкуренты – фирма конкурирует с другими фирмами, которые производят (предоставляют) аналогичные товары (услуги), по качеству продукта и цены на него, которые зависимы друг от друга. И данные связи должны изучить маркетологи.

Таким образом, на факторы микросреды любая компания может оказать влияние, а на факторы макросреды влиять не может. Факторы макросреды фирма может только учитывать в своей деятельности и не более.

Вторая группа среды маркетинга – внутренние факторы, подконтрольные предприятию, делятся на маркетинг и менеджмент.

Внутренние факторы маркетинга – товар (product), цена (price), место продажи (place), стимулирование сбыта (promotion) («4p») – являются подконтрольными для фирмы и имеют прямое и непосредственное отношение именно к маркетингу.

Каждое предприятие представляет собой некоторую структуру, состоящих из «4p» и имеет вокруг себя вполне определенное окружение. Его можно представить, как ближнее, состоящее из факторов микро среды, и дальнее, состоящее из факторов макросреды (рис. 2).



Рисунок 2 – Внешнее окружение предприятия

На рисунке 2 видно, что каждый из этих факторов фирма должна учитывать в своей маркетинговой деятельности. Изучая факторы внешнего окружения, прогнозируя их динамику на более или менее длительную перспективу, фирма должна приспособлять свои внутренние факторы, которые ей подконтрольны, к этой динамике.

К факторам дальнего окружения предприятие должна тщательно учитывать и приспособлять свою деятельность к их изменениям.

На факторы ближнего окружения, кроме приспособления к их формам, предприятие может и влиять. Например:

1. Фирма может формировать спрос на рынке, управлять спросом, создавать новые потребности, что и представляет собой непосредственное влияние на такой фактор внешней среды, как потребители.
2. Фирма может повлиять на поставщиков и на посредников, предлагая им свои цены, тарифы, скидки с цен, оказывая предпочтение некоторым из них и т.п.
3. При снижении цены на свой товар и предпринимая какие-то шаги для удовлетворения потребностей своих потребителей может оказать влияние для конкурентов.
4. Используя средства СМИ в освещении, например, в своей благотворительной деятельности, фирма может формировать положительные общественные мнения о себе.

Внутренние факторы менеджмента – кадры (people), процесс (process), физическая среды (physical environment)

Обобщая вышесказанное, можно прийти к выводу, что внутренние факторы, которые подконтрольны самой организации, должны приспособляться к внешним, которые неподконтрольны субъекту и находятся в постоянном движении. Предприятие должно учитывать изменения во внешней среде при формулировании целей развития, разработке маркетинговых программ и т.д., даже в том случае, если даже не разбирается в сущности этих факторов. Зная же их структуру и основные характеристики, можно обеспечить более результативное и эффективное управление. Поэтому исследование маркетинговой среды играет большую роль в компаниях.

Литература

1. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – 4-е изд., перераб. и доп. –

М.: КНОРУС, 2010. – 680 с.

2. Управление маркетингом: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 322 с. — Серия: Университеты России

References

1. Marketing: theory and practice: textbook / V. I. Belyaev. - 4-e Izd., Rev. and extra - М.: KNORUS, 2010. - 680 S.
2. Marketing management: tutorial and workshop for undergraduate academic / T. L. Korotkova. — 2nd ed. Rev. and extra — М.: urait, 2017. — 322 p. — Series: Universities of Russia

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ НА ЭТАПАХ ЕГО СТАНОВЛЕНИЯ

THE ROLE OF MARKETING IN THE IMPLEMENTATION OF THE BASIC FUNCTIONS OF BUSINESS MANAGEMENT AT THE STAGES OF ITS FORMATION

Авторы: Ильина Нина Александровна

Аннотация: В статье изучены этапы развития и становления маркетинга, описаны его значения, основные функции.

Ключевые слова: маркетинг, этапы развития маркетинга, значение маркетинга, этапы развития глобального рынка, этапы развития современного маркетинга

Annotation: The article deals with the stages of development and formation of marketing, describes its significance, basic functions.

Keywords: marketing, stages in the development of marketing, importance of marketing, the stages of development of the global market, stages in the development of modern marketing

УДК 330.322

Понятие маркетинг постепенно менял свое функциональное значение в зависимости от этапов его развития, поэтому, необходимо рассмотреть данные этапы для более глубокого понимания маркетинга.

В таблице 1 описаны этапы развития маркетинга и его функциональное значение.

Таблица 1 - Этапы развития маркетинга и его значение

Этапы развития маркетинга	Значение маркетинга
Концепция совершенствования производства	ориентирована в основном на производственные функции менеджмента
Концепция совершенствования товара	реализовывала функции управления, связанные с разработкой эффективной товарной политики
Концепция интенсификации коммерческих усилий	направлена на повышение эффективности функций по продвижению товаров на рынок и увеличению объемов продаж
Концепции социально-этические, просветительские, коммуникационные и инновационные	поддержка или улучшение благосостояния клиента и общества в целом

На данных этапах развития маркетинга необходимо знать, что ключевым этапом в развитии маркетинга стала концепция интенсификации коммерческих усилий, т.к. именно она стала

предтечей собственно маркетинговой концепции, основной миссией которой является более эффективное, чем у конкурентов удовлетворение потребителей. При этом главной функцией управления бизнесом стало изучение потребностей и запросов потребителей.

Профессор Арканзасского университета Дэвид Куртц предложил четыре этапа развития маркетинга: эра производства, эра продаж, эра маркетинга, эра взаимоотношений.

Эра производства. Большинство компаний фокусировались в основном на производстве (до 1925 г.). Производители основное внимание уделяли выпуску высококачественных продуктов, а затем искали людей, которые займутся их продажами. В эту эру преобладало мнение, что хороший продукт (имеющий высокое физическое качество) сам сможет себя продать. Ориентация на производство задавала философию бизнеса в течение десятилетий. Успех бизнеса часто определялся только в параметрах достижений в области производства.

Эра производства прекратилась, даже не достигнув своего пика, и произошло это уже в начале XX века.

Эра продаж. Производственные приемы в мире становились все более совершенными, и в период с 1920-х до 1950-х годов объем выпускаемой продукции все время рос. Поэтому производители стали все больше уделять внимание эффективной работе сотрудников отделов продаж, чтобы те более активно отыскивали потребителей их продукции. В эту эру фирмы пытались согласовать объем выпуска продукции с потенциальным числом потребителей, которые захотят получить ее. Компании с ориентацией на продажи исходили из допущения, что потребители будут сопротивляться покупке товаров и приобретению услуг, которые не кажутся им основными, и что основная задача отдела продаж и рекламы — убедить их совершить покупку.

В данное время отделы маркетинга начали выходить из тени производства, финансов и инжиниринга, но все равно оставались на второстепенных позициях.

Эра маркетинга. После Великой депрессии в США, в начале 1930-х, личные доходы и потребительский спрос на товары и услуги резко возросли, из-за чего маркетинг стал играть гораздо более важную роль. Выживание организации требовало, чтобы менеджеры уделяли самое повышенное внимание рынкам своих товаров и услуг. Но данную тенденцию приостановила начало Второй мировой войны, в течение которой рacionamento продуктов и нехватка потребительских товаров были самым обычным делом.

Вторая мировая война закончилась и заводы снова вернулись к производству потребительской продукции. Появление сильного рынка покупателя породило необходимость в видах бизнеса, ориентированных на потребителя. Компаниям теперь требовалось выходить со своими товарами и услугами на рынок, а не просто производить и продавать их. Это понимание стало толчком для появления маркетинговой концепции.

Маркетинговая концепция – это переход от рынка продавца, на котором действовало много покупателей ограниченного количества товаров и услуг, к рынку покупателя, на котором предлагается больше товаров и услуг, чем имеется потребителей, желающих их приобрести.

Концепция ставит маркетолога в начало, а не в конец производственного цикла и интегрирует маркетинг с каждой фазой бизнеса. Поэтому маркетинг через свои исследования и анализы показывает инженерам, проектировщикам и производителям, что потребитель хочет иметь в конкретном продукте, какую цену он готов за него заплатить и «Где?» и «Когда?» он хочет получить продукт. Маркетинг получает необходимые полномочия в планировании продукта,

планировании производства и контроле запасов, а также при продажах, дистрибуции и услугах, связанных с продуктом.

Маркетинг больше не рассматривается как дополнительная деятельность, выполняемая после завершения производственного процесса. Он начинает играть ведущую роль в планировании продукта.

Полностью разработанная маркетинговая концепция представляет собой потребительскую ориентацию в масштабах всей компании, целью которой является достижение долгосрочного успеха. Она исходит из того, что все службы организации должны вносить свой вклад в определение потребительских запросов и желаний, а затем в их удовлетворение.

Когда компании берут на вооружение маркетинговую концепцию (явная рыночная ситуация), то они способствуют достижению успеха на рынке и общему улучшению показателей деятельности организации. Это также оказывает положительное влияние на разработку новых продуктов и их внедрение. Компании, которые берут на вооружение стратегии, определяемые рынком, лучше могут разобраться в опыте потребителей, их покупательных привычках и запросах. Поэтому такие компании могут разрабатывать продукты, получая преимущества над соперниками и добиваясь уровня качества, соответствующего требованиям потребителей. Потребители в этом случае с большей готовностью принимают новые продукты. Это является началом маркетинга, определяемого потребителями.

Эра взаимоотношений. Четвертая эра в истории маркетинга возникла в последнем десятилетии XX века и продолжается и поныне, в XXI столетии. Организации в наши дни трансформируют потребительскую ориентацию, уделяя повышенное внимание установлению и поддержанию взаимоотношений, как с потребителями, так и с поставщиками. Маркетинг взаимоотношений в отличие от прошлого подхода строится на долгосрочных и развивающихся со временем взаимоотношениях между покупателями и поставщиками, добавляющих ценность обеим сторонам. Стратегические союзы и партнерства производителей, ритейлеров и поставщиков обычно позволяют выиграть всем их участникам.

Основная тенденция третьей эры развития маркетинга - это смена его функциональной роли в сторону совершенствования взаимоотношений между партнёрами, контрагентами и потребителями.

Как всем известно, в начале XX-го века произошли коренные изменения в мировой экономике и, соответственно, в маркетинге. Главные из них: глобализация коммерческих и логистических функций; унификация международных торговых и транспортных отношений; информационные и цифровые технологии и др. Следствием этих процессов стало появление таких мезоэкономических субъектов, как вертикально-интегрированные корпорации, их объединения, интегрированные технологические цепи, кластеры и кооперативные сети предприятий. Указанные факторы становятся ведущими звеньями современной глобальной экономики, определяющие конкурентоспособность и инновационную составляющую национальных экономических систем.

На рис. 1 показаны этапы развития глобального рынка и современного маркетинга. По мере роста товарооборота фирм резидентов и нерезидентов, а также риска, связанного как с субъективными, так и с системными и форс-мажорными обстоятельствами, расширяются сначала местные рынки, затем рынки национальные, многонациональные и транснациональные, которые затем перерастают в глобальные рынки как потребительских, так и промышленных товаров. Вместе с динамикой рынка, развивается маркетинговая

деятельность, приобретая соответствующие формы и масштабы: от внутреннего к международному и глобальному маркетингу.

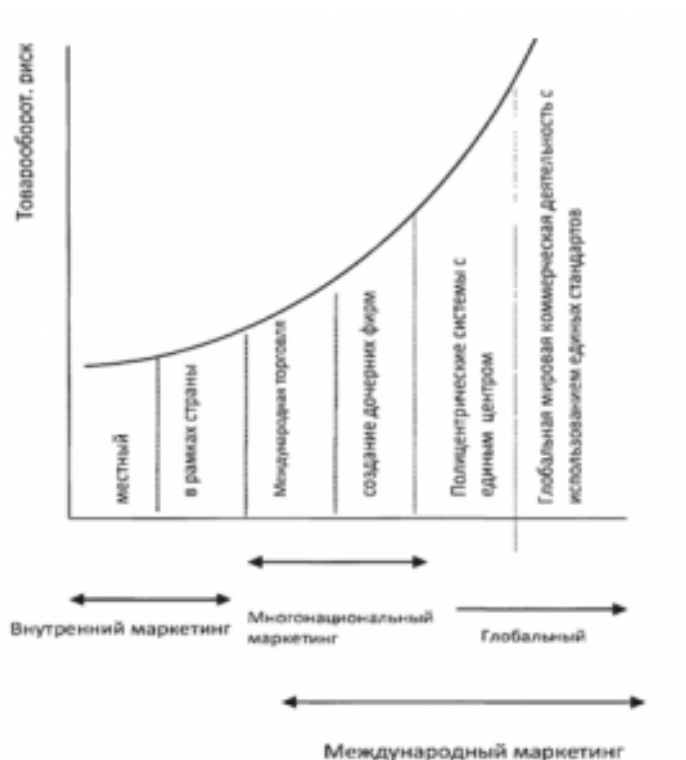


Рисунок 1 – Этапы развития глобального рынка и современного маркетинга

На формирование и развитие современного маркетинга свой взгляд излагал и Ф.Котлер в статье «На пороге XXI столетия», в которых выделил три фазы современного развития маркетинга.

Первая фаза «предпринимательский маркетинг» имеет место при открытии предпринимателем своего дела, в этот период он отдает ему все свои силы с целью добиться успеха.

Вторая фаза «стандартный маркетинг» заключается в том, что, прежде чем предпринимать какие-либо шаги, создается отдел маркетинга, формируется его коллектив из профессионалов, проводятся исследования, рекламные кампании; создается бренд.

Третья фаза «межпредпринимательский маркетинг» состоит в содействии росту потребительской ценности результатов бизнеса (табл. 2).

Таблица 2 – Этапы развития современного маркетинга по Ф.Котлеру

Фаза маркетинга	Стадия жизненного цикла	Цели	Стратегия (Основные стратегические усилия)	Функции и задачи
-----------------	-------------------------	------	--	------------------

Предпринимательский маркетинг	Внедрение на рынок.	Создание товара и вывод на рынок	Расширение рынка.	1. Изучить рынок 2. Открыть дело 3. Создать продукт 4. Информировать потребителей 5. Адаптация товара к требованиям потребителей. 6. Широкая реклама информационного характера. 7. Подготовка к значительному снижению цен.
Стандартный маркетинг	Развитие и рост бизнеса.	Завоевать расположение потребителя к товару	Углубление рыночных позиций.	1. Сосредоточить усилия на создании торговой марки товара 2. Усилить активность рекламы в отображении разнообразных свойств товара для различных сегментов рынка 3. Разработать каналы сбыта 4. Поиск сегментов рынка 5. Подготовка к снижению цены 6. Введение разнообразного сервиса
Межпредпринимательский маркетинг	На стадиях насыщения и стабилизации рынка.	Борьба с фирмами-конкурентами путем дифференциации сервисного обслуживания	Отстаивание своей доли рынка и рентабельности производства.	1. Снижение цены 2. Убеждающая реклама 3. Стимулирование сбыта

Таким образом, маркетинг менял своё функциональное значение в зависимости от этапов своего развития.

В первых этапах развития (концепция совершенствования производства, эра производства) можно сказать, что маркетингу не уделяли никакого внимания, т.е. при производстве продукта не учитывались потребности и запросы потребителей.

На втором этапе (концепция совершенствования товара, эра продаж) предприятия стали уделять внимание маркетингу, чтоб в последующем продать свой товар, отыскивая своих покупателей. На данном этапе маркетинг вышел из тени, но был не на первом месте.

Третий этап (концепция интенсификации коммерческих усилий, эра маркетинга) является ключевым моментом в развитии маркетинга, т.к. на данном этапе организации стремились более эффективно удовлетворить потребности потребителя, чем у конкурентов. При этом главной функцией управления бизнесом стало изучение потребностей и запросов потребителей. Следовательно, маркетинг занимает ведущую роль в планировании продукта.

На четвертом этапе (эра взаимоотношений) развития маркетинга совершенствуется взаимоотношения между покупателями и поставщиками, добавляющих ценность обеим сторонам. Данный этап развития маркетинга продолжается и по сей день.

В формировании и развитии современного маркетинга выделяются три фазы: предпринимательский, стандартный, межпредпринимательский.

Литература

1. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – 4-е изд., перераб. и доп. –

М.: КНОРУС, 2010. – 680 с.

2. Управление маркетингом: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 322 с. — Серия: Университеты России

References

1. Marketing: theory and practice: textbook / V. I. Belyaev. - 4-e Izd., Rev. and extra - М.: KNORUS, 2010. - 680 S.
2. Marketing management: tutorial and workshop for undergraduate academic / T. L. Korotkova. — 2nd ed. Rev. and extra — М.: urait, 2017. — 322 p. — Series: Universities of Russia

ГИПЕРКОНКУРЕНЦИЯ КАК СОВРЕМЕННАЯ СРЕДА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

HYPERCOMPETITION AS A MODERN ENVIRONMENT FUNCTIONING OF THE ENTERPRISE

Авторы: Ильина Нина Александровна

Аннотация: В статье изучены причины возникновения, отличительные признаки и движущие силы гиперконкуренции.

Ключевые слова: гиперконкуренция, отличительные признаки гиперконкуренции, движущие силы гиперконкуренции

Annotation: The article deals with the causes, features and drivers of hypercompetition.

Keywords: hypercompetition, are the characteristics of hypercompetition, the drivers of hypercompetition

УДК 330.322

В рыночных условиях экономики наблюдается тенденция перехода большинства компаний с рынков с умеренной конкуренции на рынках с гиперконкуренцией, где их позиции находятся в агрессивном противоречии между собой. Данные рынки прежде всего включают высокотехнологические отрасли производства, к которым относятся компьютеры, мобильные телефоны, микропроцессоры, телекоммуникации, программные продукты. К данному сектору производства характерна постоянное увеличение глобально действующих потребителей и сбытовых посредников.

Возникновение рынков с гиперконкуренцией и вытеснение ими рынков с умеренной конкуренцией связано с глобализацией рынка, ослаблением их регулирования, снижением жизненного цикла технологий, появлением новых технологий, которые снижают барьеры при входе на рынок как новых конкурентов, так и конкурентов, имеющих стабильную позицию в других отраслях производства.

Гиперконкуренция имеет ряд отличительных признаков, которые отличают его от умеренной конкуренции.

И так, гиперконкуренция одновременно охватывает несколько областей, важнейшими из которых выступают издержки, качество, сроки, «ноу-хау», создание рыночных барьеров, укрепление финансового положения. Данные сферы конкуренции и ранее были в центре внимания у менеджеров компаний. В условиях же гиперконкуренции менеджмент не может сосредоточивать усилия только на одном из конкурентных параметров, всех их необходимо учитывать одновременно.

Гиперконкуренции характерен многоаспектность, которая может протекать на разных уровнях, таких как товарный рынок, область ресурсов, между различными предпринимательскими концепциями, в составе объединения предприятий, когда компания

борется с соперниками не в одиночку, а заключив союз с другими производителями, поставщиками, партнерами по кооперации, торговыми посредниками и другие.

Гиперконкуренции присущ динамизм развития рынка, которая предполагает, что положение конкурентов и расстановка сил изменяются с возрастающей скоростью. В динамике рынка наблюдается непрерывное проникновение новых и уходе старых конкурентов с рынка, появление новых видов услуг, которые существенно отличаются от существующих, большое количество слияний и покупок предприятий. Поэтому составление прогнозов на будущее становится все труднее и проблематичнее, а также их сроки становятся короче.

В условиях гиперконкуренции наблюдается растущая агрессивность участников рыночного соперничества. Поведение предприятий носит менее миролюбивый характер. Предприятием и его конкурентами ведутся прямые атаки для ослабления их положения, причем с нарушением правовых установок. Цель подобной враждебности заключается в нарушении равновесия конкурентных сил соперника. Компании для данных атак обычно используют агрессивную политику цен (скидки, акции).

К гиперконкуренции характерны движущие силы, к которым относятся пять основных факторов, такие как глобализация мировой экономики, поляризация рынков, процесс размывания отраслевых границ, рост технизации, процесс дерегулирования рынков.

Глобализация мировой экономики постоянно растет в двух направлениях: сфера предложение и гомогенизация спроса.

В сфере предложения наблюдается постоянный рост предложения со стороны глобально оперирующих поставщиков продукции на основе международного разделения труда.

По пути гомогенизации спроса характерен постоянный рост числа глобальных потребителей и сбытовых посредников. Увеличивается спрос на стандартную и унифицированную продукцию.

Поляризация рынков выражается в том, что одни потребительские сегменты все больше отдают предпочтение качественной и дорогой продукции, а другие - самой дешевой, игнорируя продукцию среднего достоинства.

Процесс размывания отраслевых границ, который осуществляются путем стирания границ между разными отраслями, а также размыванием внутриотраслевые границы за счет слияний и поглощений.

Рост технизации предполагает активное распространение информационных и коммуникационных технологий, что позволяет создавать мощные информационно-коммуникационные сети.

Усиление процесса дерегулирования рынков, вызванный, в частности, растущей приватизацией государственных предприятий и ликвидацией монополий.

Таким образом, учитывая проведенный анализ в области теории, можно сказать, что гиперконкуренция представляет собой такую ситуацию, когда компании во всей большей степени подвергаются совокупному воздействию ранее изолированных друг от друга конкурентных факторов, что ведет к возникновению многоаспектной, динамичной и агрессивной конкуренции.

Литература

1. Брун Манфред Гиперконкуренция: характерные особенности, движущие силы и управление//Сайт об управлении <http://vasilievaa.narod.ru/ptpu>

References

1. Bruhn, Manfred Hypercompetition: characteristics, driving forces and management//Site management <http://vasilievaa.narod.ru/ptpu>