

УДК 338: 339.9(470+571)
ББК У9(2)-94+У54
Т338

Теоретические и прикладные исследования социально-экономических систем в условиях интеграции России в мировую экономику. Материалы VI Международной заочной научно-практической конференции (10 ноября 2017 года) [Электронный ресурс]. - Тюмень: Тюменский государственный университет, 2017. - 402 с.

Ответственные редакторы: Лиман И.А., Гильтман М.А.

Материалы подготовлены участниками VI Международной заочной научно-практической конференции «Теоретические и прикладные исследования социально-экономических систем в условиях интеграции России в мировую экономику», организованной Тюменским государственным университетом 10 ноября 2017 года.

Среди участников конференции - представители из России, Белоруссии, Украины, Франции и других стран, представители бизнеса и органов государственной власти Тюменской области, Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого автономных округов.

Материалы конференции будут интересны для научных работников, преподавателей вузов, управленцев и бизнесменов, а также для интересующихся проблемами теоретических и прикладных исследований социально-экономических систем.

Материалы публикуются в авторской редакции

Мнения авторов могут не совпадать с мнениями ответственных редакторов

ISBN 978-5-400-01397-3

© Тюменский государственный университет, 2017

Содержание

Раздел I. Региональная экономика и управление	9
<i>Ахметшин А.И.</i> ФОНДООТДАЧА КАК ПОКАЗАТЕЛЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩЕГО РЕГИОНА	9
<i>Бабиенко К.А.</i> СОСТОЯНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ И КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	14
<i>Иванов В.О.</i> РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ТЭК ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	20
<i>Квашнина Ю.О.</i> ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	24
<i>Конев А.В.</i> К ВОПРОСУ О СОЗДАНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО БРЕНДА ЯМАЛА НА ОСНОВАНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ	28
<i>Лукьянова Н.Ю.</i> ПРАКТИКА КОМБИНИРОВАННОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	35
<i>Мифтахова М.Р., Замураева Л.Е.</i> КЛЮЧЕВЫЕ МОМЕНТЫ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ О ВЛИЯНИИ ГРУЗОБОРОТА АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	39
<i>Моргун Ю.А., Иванова С.А.</i> ПРИЧИНЫ И ПРЕДПОСЫЛКИ ИНТЕГРАЦИИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ В МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ	45
<i>Носова Т.А.</i> СУЩНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ	51
<i>Носова Т.А.</i> РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	55
<i>Петров Ю.В.</i> РАЗРАБОТКА ПОРТАЛА ПРОСТРАНСТВЕННЫХ ДАННЫХ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ	60
<i>Петров Ю.В.</i> ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ ПУБЛИЧНОГО ДОСТУПА	64

<i>Покровская Н.В., Баннова К.А.</i>	ОЦЕНКА НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА: ПОСЛЕДСТВИЯ СОЗДАНИЯ КОНСОЛИДИРОВАННЫХ ГРУПП НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ	69
<i>Пузынина Иванова С.А.</i>	ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	74
<i>Стовба Е.В.</i>	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ КОМПЛЕКСЕ РЕГИОНА	79
<i>Сухинин С.А.</i>	МОРСКИЕ ПОРТЫ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ПРОВОДНИКИ ТРАНСГРАНИЧНЫХ СВЯЗЕЙ	85
<i>Юрченко А.М., Иванова С.А.</i>	СТИМУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В СУБЪЕКТАХ РФ	90
Раздел II. Экономика	фирмы и управление организацией	96
<i>Андреев К.С., Киселица Е.П., Селюк А.В.</i>	ПРОБЛЕМЫ РОСТА ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В РФ	96
<i>Виданова Е.А.</i>	ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ИСТОЧНИК ОЦЕНКИ ЕГО КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ НА ФИНАНСОВЫХ РЫНКАХ	101
<i>Власова Т.И.</i>	ПОНЯТИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	106
<i>Голева Е.В.</i>	ОПЛАТА ТРУДА ПРОФЕССОРСКО- ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ	111
<i>Депутатова Е.Ю., Гаврилина О.П., Макаров А.А.</i>	ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ: ГЕНДЕРНЫЕ И ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ	116
<i>Дрюпина К. В.</i>	МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ИМИДЖА РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСА "АСТЕР"	122
<i>Едуш А.А.</i>	УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ЗАТРАТ	126

<i>Ильченко И.А.</i>	КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА ПРЕДПРИЯТИЯ И ВЫБОР СТРАТЕГИИ ЕГО РАЗВИТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОТРАСЛИ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ)	130
<i>Исаенко Н.Н.</i>	СТРАТЕГИЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ОБЩЕЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	135
<i>Калугина С.А., Макаров А.А., Волошина О.В.</i>	КАЧЕСТВО ОБСЛУЖИВАНИЯ И ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ	140
<i>Караваяев В.Е., Философова М.С., Лихова И.Н.</i>	КАЧЕСТВО МЕДИЦИНСКОЙ ПОМОЩИ КАК НАВИГАТОР ЭФФЕКТИВНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ	145
<i>Левицкая В.А.</i>	ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА СИСТЕМУ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА	151
<i>Лейман Т.И., Нерсисян З.С.</i>	СТРАТЕГИЯ РОСТА РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ	156
<i>Леусенко В.П.</i>	ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ	162
<i>Макаров А.А.</i>	ХАРАКТЕРИСТИКА СУЩЕСТВУЮЩИХ ФОРМ ПРОДАЖИ ЮВЕЛИРНОЙ ПРОДУКЦИИ	167
<i>Макаров А.А.</i>	ЗНАЧЕНИЕ МЕРЧАНДАЙЗИНГА В СИСТЕМЕ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ	172
<i>Макаров А.А., Шустова Е.П.</i>	МЕРЧАНДАЙЗИНГ И ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ	177
<i>Морозова Е.С.</i>	УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНОВЫМИ РИСКАМИ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ	182
<i>Павляк В.Е.</i>	ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ КОМПАНИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ООО «СИВИТТА КАЛИНИНГРАД»	189
<i>Пфеццер Д.И.</i>	АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ	194
<i>Рудакова Е.И., Абышева А.В.</i>	ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	202
<i>Сёмочкина Е.Н.</i>	ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ СТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	206

<i>Сидоренко В.И., Ланина Л.А., Макаров А.А.</i>	ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАЛУЖСКОГО ОБЛАСТНОГО ДРАМАТИЧЕСКОГО ТЕАТРА КОНЦЕПЦИЙ МАРКЕТИНГА	209
<i>Ханова И.М.</i>	ОПТИМИЗАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ В ПРОИЗВОДСТВЕ МОЛОКА	215
Раздел III. Мировой рынок, процессы глобализации и вопросы теории		220
<i>Волынцева Ю.А.</i>	АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	220
<i>Исачкин В.С.</i>	ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНЦЕПЦИИ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА	226
<i>Квашнина Ю.О.</i>	РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	231
<i>Коновалова О.Н., Суржикова Т. Б.</i>	ДИНАМИКА И СТРУКТУРА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ И ВЕКТОР РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА НА ГЛОБАЛЬНОМ РЫНКЕ	237
<i>Морозов И.В.</i>	ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕГАКАПИТАЛЬНОЙ СУЩНОСТИ ПРОЦЕССА ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА НА ФОНЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ	245
<i>Овеян М.Г.</i>	ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА «ОСВОЕНИЕ АРКТИКИ»	251
<i>Скорынина Е.А.</i>	ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СЕВЕРНОГО МОРСКОГО ПУТИ	257
<i>Федорова П.В., Лиман И.А.</i>	ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КАТЕГОРИИ «ФРАНЧАЙЗИНГ»	262
Раздел IV. Финансовая система и финансово-кредитные отношения		267
<i>Гомон Т.В.</i>	МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО И МИКРО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БПС-СБЕРБАНК»)	267
<i>Гриб А.Н.</i>	РИСКИ КРЕДИТОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ И ПУТИ ИХ МИНИМИЗАЦИИ	271
<i>Давыдова Н.Л., Сплошнов С.В.</i>	ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	276
<i>Лапишин Д.С.</i>	ВЛИЯНИЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА БАНКОВСКИЙ СЕКТОР	282
<i>Руссе Ш.</i>	ЗАЧЕМ ИНВЕСТИРОВАТЬ В РОССИЮ	288

<i>Сычева А.В.</i>	АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ИРО В РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	293
<i>Сычева А.В.</i>	ОЦЕНКА ОБЪЕКТОВ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА КАК СПОСОБ ВЫЯВЛЕНИЯ ПОТРЕБНОСТИ В ПРОВЕДЕНИИ ИРО	297
<i>Хакимова И.Ф.</i>	СИСТЕМА ОТЧЕТНОСТИ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ УСПЕШНОГО ВНЕДРЕНИЯ КРІ	302
<i>Хмара Е.Г.</i>	ОБЛОЖЕНИЕ НАЛОГОМ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ ПОДАРКОВ РАБОТНИКАМ	306
<i>Хмара Е.Г.</i>	ОНЛАЙН-КАССЫ КАК ЭЛЕМЕНТ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	310
Раздел V. Рынок труда		314
<i>Каравай И. Г., Севостьянова Е. В.</i>	СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ТРУДА	314
<i>Кушнеревич Т.С.</i>	ТЕНДЕНЦИЯ НЕФОРМАЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ ТРУДА РОССИИ И ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	319
<i>Лаврик В.О.</i>	АДРЕСНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ПОМОЩЬ МНОГОДЕТНЫМ СЕМЬЯМ	325
<i>Лейман Т.И., Дружинина А.А.</i>	ВЛИЯНИЕ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ НА ВЫБОР МОЛОДЕЖЬЮ БУДУЩЕЙ ПРОФЕССИИ	329
<i>Медведева О.А.</i>	ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ	334
<i>Тропникова В. А.</i>	МОЛОДЕЖНЫЙ РЫНОК ТРУДА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	340
<i>Хайруллина Л.А.</i>	АНАЛИЗ НЕФОРМАЛЬНОЙ ЗАНЯТОСТИ	346
<i>Хакимова И.Ф.</i>	РЫНОК ТРУДА В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ	351
Раздел VI. Национальная экономика		357
<i>Брындин Е.Г.</i>	ОПТИМАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКОЙ	357
<i>Катеров А.А., Иванова С.А.</i>	НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ И ПОИСКА НЕТРАДИЦИОННЫХ ЗАПАСОВ КАК ФУНДАМЕНТ РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ РФ	362
<i>Минханова А.Б.</i>	ГОСУДАРСТВЕННАЯ ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	367
<i>Обруч Г.Ю., Филюшина М.А.</i>	НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ В НЕФТЕДОБЫВАЮЩЕМ СЕКТОРЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ВОЗМОЖНОСТИ	373
<i>Старокоров В.А., Иванова С.А.</i>	МЕХАНИЗМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ	378

<i>Чистяков М.С.</i>	ПРОБЛЕМНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ РОССИИ В АСПЕКТЕ СТАНОВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ПРОМЫШЛЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА	383
<i>Шагабутдинова А.И., Абышева А.В.</i>	ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ВНЕШНИЙ ДОЛГ РОССИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ	388
<i>Шмаков В. С.</i>	ВЛИЯНИЕ АГРАРНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА НА РАЗВИТИЕ АПК РОССИИ	393
<i>Шпалтаков В. П.</i>	ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЦИКЛОВ В РОССИИ	398

Раздел I. Региональная экономика и управление

Ахметшин А.И.

Старший мастер ООО «Газпром добыча Ямбург», филиал «Управление по эксплуатации вахтовых поселков», г.Новый Уренгой, Российская Федерация

ФОНДООТДАЧА КАК ПОКАЗАТЕЛЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩЕГО РЕГИОНА

Фондоотдача является наиболее информативным показателем с точки зрения эффективности использования основных фондов. Она также является одним из ключевых показателей развития экономики в стране, регионе, муниципальном образовании и управления на отдельном предприятии [1, с.169-171]. Научные работы многих исследователей были посвящены данному показателю, способам его исчисления, методам выявления резервов и эффективного их использования. Вместе с тем, проблемы содержания, эксплуатации и обновления основных фондов в российских регионах изучены слабо, это касается, в частности, топливно-энергетического сектора и, особенно, нефтегазового комплекса.

К регионам России, в которых доля добычи топливно-энергетических полезных ископаемых в структуре объема отгруженной продукции (работ, услуг) по видам экономической деятельности в 2015 г. составляет более 90%, относятся: Республики Коми (99,8%), Ингушетия (95,8%), Чечня (98,4%), Татарстан (99,4%), Удмуртия (99,8%), Оренбургская (90,9%), Самарская (99,2%), Саратовская (96,3%), Тюменская (99,9%), Томская (99,5%), Астраханская (98,4%), Кемеровская (97,2%), Сахалинская (98,9%) и Волгоградская (98,2%) области, а также Красноярский (94,6%) и Пермский (97,4%) края [6, с.650-651]. При этом Уральский федеральный округ, в состав которого входит Тюменская область, включающая Ханты Мансийский и Ямало-Ненецкий автономные округа, добывает более половины всей нефти в России, а по природному газу -

создает более 80% всего объема (Таблица 1). Следовательно, несмотря на постепенное снижение доли добычи углеводородов, Тюменская область пока остается ключевым нефтегазодобывающим регионом российской экономики, и в целях нашего исследования необходимо рассмотреть эффективность использования в нем основных фондов.

Таблица 1. Показатели производственной деятельности по направлению «Добыча нефти и газа» [6, с.672]

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Российская Федерация, нефть, тыс. тонн	505556	512388	518747	521692	526126	533712
Уральский федеральный округ, нефть, тыс. тонн	307051	305175	304468	301728	300619	299370
Доля Уральского федерального округа в РФ, %	60,7	59,6	58,7	57,8	57,1	56,1
Российская Федерация, газ, млн. куб. м	651349	670837	654650	667613	642188	633550
Уральский федеральный округ, газ, млн. куб. м	572295	588915	569472	579360	546542	534514
Доля Уральского федерального округа в РФ, %	87,9	87,8	87,0	86,8	85,1	84,4

Сравним показатели фондоотдачи по регионам добычи топливно-энергетических полезных ископаемых за 2015 год и определим место Тюменской области в них (Таблица 2).

Таблица 2. Показатель фондоотдачи по виду экономической деятельности «Добыча полезных ископаемых» по регионам с максимальной долей добычи топливно-энергетических полезных ископаемых (Рассчитано автором по: [2, с.411-412; 3, с.403-404; 4, с.374-375; 5, с.503-504; 6, с.543-544])

	2011	2012	2013	2014	2015	Среднегодовое изменение

Чеченская Республика	0,10	0,09	0,11	0,11	0,10	1,01
Сахалинская область	0,69	0,69	0,63	0,47	0,32	0,84
Астраханская область	0,23	0,43	0,55	0,87	0,44	1,42
Тюменская область	0,51	0,52	0,44	0,44	0,45	0,97
Томская область	0,60	0,55	0,54	0,48	0,46	0,94
Красноярский край	1,02	0,74	0,72	0,62	0,58	0,88
Республика Коми	0,68	0,80	0,64	0,54	0,58	0,99
Оренбургская область	0,82	0,77	0,89	0,66	0,60	0,95
Саратовская область	0,75	0,68	0,63	0,58	0,77	1,03
Пермский край	1,43	1,18	0,96	0,83	0,80	0,87
Республика Ингушетия	0,67	0,86	1,09	0,94	0,95	1,12
Кемеровская область	1,61	1,23	0,98	0,91	1,01	0,91
Республика Татарстан	0,93	0,79	0,75	1,07	1,09	1,08
Волгоградская область	2,09	1,83	1,35	1,24	1,19	0,88
Самарская область	1,64	1,61	1,51	1,47	1,42	0,96
Удмуртская Республика	1,48	1,52	1,49	1,53	1,61	1,02
Российская Федерация в целом	0,76	0,73	0,65	0,62	0,60	0,95

Как видно из таблицы, по показателю фондоотдачи Тюменская область занимает четвертое место среди регионов, добывающих топливно-энергетические ресурсы. При этом среднегодовое изменение показателя фондоотдачи, рассчитанное как среднее квадратическое от ежегодных индексов за 5-летний период, в Тюменской области имеет отрицательное направление (индекс менее единицы), а в Астраханской области - положительное (1,42), что говорит о том, что по данным до 2020 года, предоставляемым официальной статистикой, вполне вероятно смещение Тюменской области в тройку регионов с наихудшей фондоотдачей, наряду с Чеченской Республикой и Сахалинской областью. Кроме того, стоит заметить, что фондоотдача в России в целом ежегодно снижается (индекс 0,95) и составляет на 2015 год 60 копеек на 1

рубль основных фондов, что, безусловно, является очень низким значением. Однако в Тюменской области уровень фондоотдачи составляет лишь 75% от среднероссийского, что демонстрирует чрезвычайную неэффективность функционирования российской нефтегазовой отрасли. Невысокая интенсивность использования основных фондов в Тюменской области, как и в Уральском федеральном округе в целом, также подтверждается и специальными исследованиями [7].

Таким образом, конкурентоспособность Тюменской области как ключевого нефтегазодобывающего региона с точки зрения фондоотдачи имеет значительные проблемы. Несмотря на высокие цены на сырую нефть, удерживаемые до 2014 года, российским нефтегазовым компаниям не удалось достигнуть эффективности в своей производственной деятельности, не говоря уже о массовом внедрении действительно высоких технологий в сфере добычи углеводородов. Сложившаяся ситуация позволяет заключить, что дальнейшее снижение фондоотдачи приведет к падению рентабельности многих нефтегазодобывающих предприятий Тюменской области, что, в свою очередь, приведет к закрытию многих из них, росту безработицы и потере статуса региона как привлекательного для жизни людей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Рабцевич А.А. Эффективность производства как индикатор инновационной ориентации работодателей в региональной экономике / А.А. Рабцевич, А.В. Янгиров // Актуальные вопросы университетской науки: сб. научных статей. Т.1. - Уфа: БашГУ, 2016. - с.166-189.
2. Регионы России. Социально-экономические показатели: статистический сборник. - М.: Росстат, 2012. - 990с. С.411-412.
3. Регионы России. Социально-экономические показатели: статистический сборник. - М.: Росстат, 2013. - 990с. С.403-404.

4. Регионы России. Социально-экономические показатели: статистический сборник. - М.: Росстат, 2014. - 900с. С.374-375.
5. Регионы России. Социально-экономические показатели: статистический сборник. - М.: Росстат, 2015. - 1266с. С.503-504.
6. Регионы России. Социально-экономические показатели: статистический сборник. - М.: Росстат, 2016. - 1326с. С.543-544.
7. Воспроизводственный потенциал Приволжского и Уральского федеральных округов: монография / Под общ. ред. К.Н.Юсупова, А.В. Янгирова. - Уфа: БашГУ, 2017. - 272с.

Бабиенко К.А.

студент

(Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта)

г. Калининград, Россия

СОСТОЯНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ И КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

В последнее время в развитии физической культуры и спорта России заметны положительные изменения. Присутствует явная пропаганда здорового образа жизни, меняется отношение государства к социально-культурному развитию страны, улучшается материальная база образовательных и научных учреждений физкультурно-спортивной направленности. В связи с этим, государственная политика направлена на преодоление ряда барьеров, которые замедляют развитие физической культуры и спорта в стране. Это и невысокий процент регулярно занимающихся спортом и недостаточный уровень развития детско-юношеского спорта. Поддерживать спортивную сферу жизни помогают физкультурно-спортивные организации, которые являются важнейшим субъектом рыночных отношений. Их продукт - физкультурно-спортивные услуги. Актуальность данной статьи обусловлена тем, что услуги в сфере физической культуры и спорта востребованы населением нашей страны. Все больше людей стараются посещать спортивные клубы и секции, либо заниматься физической культурой сами. По данным государственной статистики число занимающихся физической культурой и спортом увеличивается. Это тенденция, которую нужно постоянно поддерживать.

Цель данной работы – оценить ситуацию на рынке спортивных услуг по состоянию на 2016 год. Реализация цели работы достигается постановкой и решением следующих задач:

1. Оценить положение Калининградской области среди Северо-Западного Федерального округа в 2016 году по следующим показателям:

численность занимающихся спортом; численность занимающихся в клубах; количество подготовленных разрядников; финансирование на 1 жителя.

2. Проанализировать статистику по количеству занимающихся спортом среди всех субъектов Российской Федерации.

3. Оценить темпы роста следующих показателей: количество стадионов; количество бассейнов; численность занимающихся спортом; количество подготовленных разрядников; количество кадров, задействованных в сфере спортивных услуг.

Чтобы оценить роль Калининградской области в сфере физкультурно-спортивных услуг, обратимся к статистике, предоставляемой Министерством спорта Российской Федерации за 2014-2016 года. Для начала выявим, в каком положении находится область в Северо-Западном федеральном округе по определённым показателям на 2016 год (таблица 1).

Таблица 1. Показатели сферы спортивных услуг Северо-Западного федерального округа в 2016 году.

Субъект СЗФО	Численность занимающихся, чел.	Численность, занимающихся в клубах, чел.	Подготовлено разрядников, чел.	Финансирование на 1 человека (руб.)
Республика Карелия	204034	28668	6320	3736,0
Республика Коми	254195	13182	9588	8379,9
Архангельская область	330091	48322	9606	1854,4
Ненецкий автономный округ	14158	236	38	7785,0
Вологодская область	317535	4879	7123	2239,8
Калининградская область	243834	7081	8251	2088,7

Ленинградская область	541418	31230	10471	2183,9
Мурманская область	233319	13561	4461	3272,3
Новгородская область	189322	24477	8024	2337,4
Псковская область	171203	4245	6195	1227,6
Северо-Западный федеральный округ	2499109	175881	70077	3510,5

Исходя из приведённых данных можно сделать следующие выводы:

1) По количеству занимающихся спортом на первом месте является Ленинградская область, на последнем – Ненецкий автономный округ. Калининградская область находится на пятом месте и представляет собой 10% от общего количества.

2) Количество людей, занимающихся в клубах, в том числе по месту жительства Калининградская область намного отстаёт от самой развитой в этой сфере области и составляет всего 4%.

3) Количество подготовленных разрядников в Калининградской области не отстаёт от лидирующей позиции и составляет 12%.

4) Финансирование на 1 человека в Калининградской области находится не на высоком уровне - 2088,7 рублей, когда в Республике Коми этот показатель достиг 8379, 9 рублей.

Дескриптивная статистика по показателю «количество занимающихся, чел.» по 82-м субъектам Российской Федерации приведена в таблице 2.

Таблица 2. Результаты дескриптивной статистики.

Показатель	Человек
Среднее	499485
Стандартная ошибка	49887
Медиана	375884
Минимум	14158
Максимум	2394941

Минимальное количество людей, занимающихся спортом – 14158 человек (Ненецкий автономный округ), максимальное – 2394941 человек (Краснодарский край). Среднее по выделенным субъектам – 499486 человек. Можно сделать вывод о том, что разрыв в количестве между минимумом и максимумом значителен, несмотря на вариацию (10%), которая находится в пределах нормы. Гистограмма распределения показателя по 82-м субъектам представлена на рисунке 1.

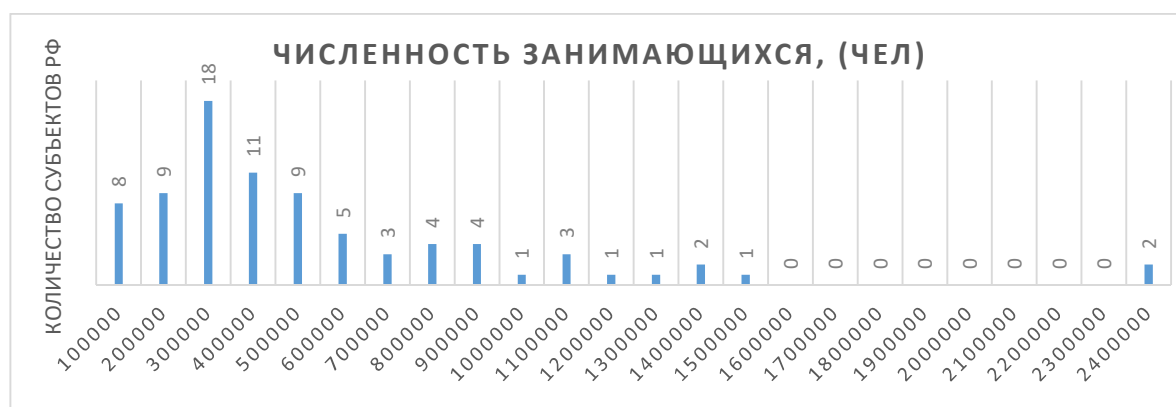


Рис. 1 – Распределение численности занимающихся спортом по субъектам РФ.

Можно констатировать, что 18 субъектов РФ имеет количество занимающихся спортом в пределах 300 тыс. человек. С точки зрения социально-экономического развития страны это хороший уровень, причем этот показатель имеет тенденцию к росту. Чтобы оценить динамику развития спортивной отрасли по таким показателям, как количество стадионов, бассейнов; численность занимающихся; количество подготовленных разрядников; кадры, задействованные в сфере спортивных услуг, проанализируем их темпы роста (таблица 3).

Таблица 3. Темпы роста показателей за 2014-2016 года, %.

Показатель	Регионы	Период, год		Темп роста	Темп прир.
		2014	2016		
Стадионы, ед.	РФ	1959	1771	90,4	-9,6
	СЗФО	98	90	91,8	-8,2

	Калининград. обл.	6	6	100,0	0,0
Бассейны, ед.	РФ	4956	5441	109,8	9,8
	СЗФО	586	667	113,8	13,8
	Калининград. обл.	32	44	137,5	37,5
Численность занимающихся , чел.	РФ	39040147	46659209	119,5	19,5
	СЗФО	3403674	4227654	124,2	24,2
	Калининград. обл.	217384	243834	112,2	12,2
Подготовлено разрядников, чел.	РФ	1403177	1518500	108,2	8,2
	СЗФО	98980	102908	104,0	4,0
	Калининград. обл.	7 581	8 251	108,8	8,8
Кадры, чел.	РФ	258196	368644	142,8	42,8
	СЗФО	35123	40721	115,9	15,9
	Калининград. обл.	2327	2612	112,2	12,2

Можно констатировать, что за три последних года количество стадионов в РФ уменьшилось практически на 10%, а в Калининградской области не прибавилось. Число бассейнов выросло почти на 40%. Можно сделать вывод о том, что меняется увлеченность жителей к разным видам спорта. С 2014 количество увлекающихся спортом человек в Северо-Западном федеральном округе увеличилось на 24%, также, как и количество разрядников. Прослеживается явная тенденция к увеличению числа работников в сфере спортивно-физкультурных услуг, а это явный плюс.

Исследования показали, что часть населения РФ стремится вести здоровый образ жизни, т.к. за два года количество занимающихся спортом в стране увеличилось на 20%. Для развития сферы физкультурно-спортивных услуг нужно улучшать материальную базу для занятий, обеспечивать местами работы в учреждениях и организациях, мотивировать сотрудников и

посетителей вести здоровый образ жизни. В преддверии ЧМ-2018 в России проводится активная политика по привлечению молодёжи к волонтерскому движению, что явно положительно сказывается на приобщении к спорту.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Показатели развития физической культуры и спорта в разрезе субъектов Российской Федерации за 2014-2016 года. [электронный ресурс] – URL: <https://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/statisticheskaya-inf/> (дата обращения – 28.09.2017)

Иванов В.О.

студент 3 курса, группы СТМб-15-1

ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ТЭК ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

В настоящее время инновационное и технологическое развитие справедливо признается императивом развития России так как без смены вектора развития неминуемо отставание страны от международных лидеров, надежно сохраняющих позиции в мировом инновационном пространстве. Учитывая, что основополагающим сектором отечественной экономики является добыча и переработка углеводородов, оправданным представляется концентрация средств и усилий на инновационное развитие отраслей топливно-энергетического комплекса (далее – ТЭК).

Не вызывает сомнений активность нефтегазовых компаний в осуществлении инновационной деятельности на уровне региона. Так региональные предприятия ТЭК являются лидерами по объемам затрат на технологические инновации – 99,7% от общего объема затрат на инновации [3]. Именно они рассматриваются предприятиями как основной фактор успеха в сфере добычи, транспортировки и переработки углеводородов. Более того, процент инновационно-активных организаций в добывающей и обрабатывающей промышленности всегда превышал общероссийские показатели – 16,7 % против 11,2 % [3], соответственно, и был существенно выше показателей остальных отраслей региона. Бесспорными лидерами в вопросах финансирования технологических инноваций являются ПАО «Газпром» и НК «Роснефть».

В то же время, несмотря на достаточную инновационную активность местных нефтегазовых компаний, по ряду существенных показателей просматривается отклонение от среднестатистических общероссийских данных, что не

соответствует заявленным стратегическим ориентирам формирования и развития региона.

Отчасти данная ситуация объясняется длительным этапом коммерческого освоения новых разработок в нефтегазовом секторе, который в среднем составляет 30-40 лет. С другой стороны, ситуацию можно истолковать стремлениями бизнеса снизить удельные затраты добычи за счет серьезных запасов недр. Так РФ уверенно удерживает свою позицию в мировых доказанных запасах нефти на 8 месте и 2 место в списке стран по ее добыче [4].

В последнее время обозначена активность в реализации совместных исследовательских проектах региональных инновационных предприятий с поставщиками оборудования, материалов, комплектующих и программных средств для нефтегазового сектора по нескольким направлениям, в частности: увеличение результативности геологоразведки; увеличение коэффициента нефтеотдачи слоев; введение в действие технологий добычи труднодоступной нефти; снижение удельных затрат добычи углеводородов и увеличение надежности систем их транспортировки и др.

Так в регионе функционирует несколько крупнейших производств в сфере переработки углеводородов: завод по производству полимеров в Тобольске, Антипинский НПЗ, который входит в группу компаний «Новый поток» [2]. Развивается собственная добыча нефти, в частности, в рамках «Тобольского проекта» – объединение групп лицензионных участков и месторождений углеводородов в Тобольском, Вагайском и Уватском районах, что позволит эффективно разрабатывать низкорентабельные нефтяные залежи.

Набирает обороты кооперация с такими важными стратегическими партнерами как академические институты и вузы. Многие предприятия ТЭК имеют совместные проекты с университетами и иными высшими учебными заведениями, рассматривая их в качестве базы для коммерциализации исследований и разработок. Кроме того, на территории области сосредоточены подразделения многих крупных отечественных компаний ТЭК, в структуру которых входят научно-исследовательские подразделения, призванные

обеспечить инновационное вектор в организации воспроизводства минерально-сырьевой базы нефтегазового комплекса, а также обеспечить конкурентоспособность (далее – КСП) продукции на мировом рынке высоких технологий. Необходимо признать, что КСП отечественной нефтегазовой промышленности во многом зависит от технологического импорта. Среди поставляемой продукции можно выделить следующие позиции: насосно-компрессорное оборудование, турбины, котельное оборудование и т.д. (рисунок. 1). К сожалению, без потерь качества крайне проблематично уйти от импортозависимости в данных поставках.

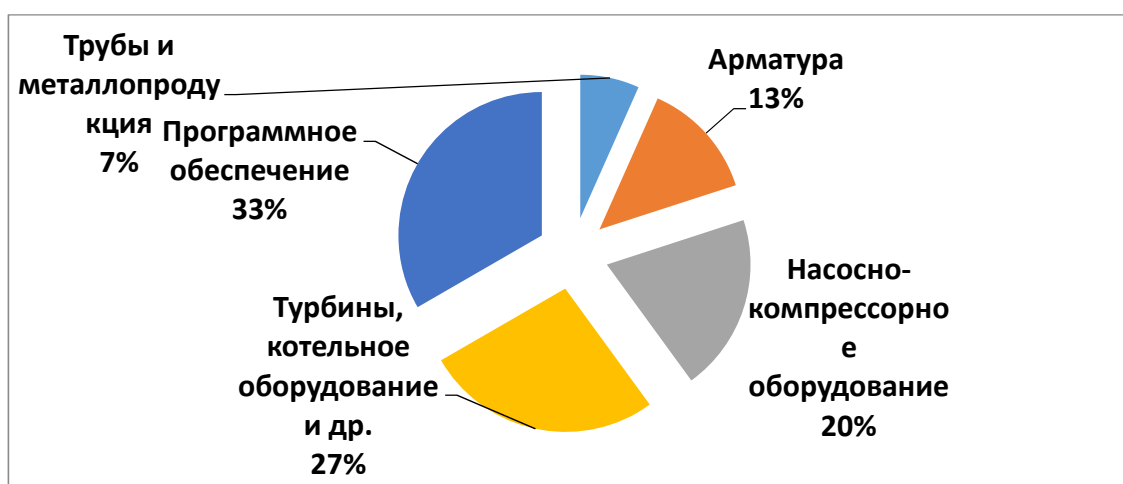


Рисунок 1 –Доля импортного оборудования в секторе ТЭК

Источник: [1]

В заключении необходимо отметить, что усовершенствование ресурсного освоения ТЭК за счет активного применения и реализации прогрессивных инновационных технологий позволяет не только обеспечить прирост запасов углеводородов и экологическую безопасность производства, но и является основой устойчивого развития нефтегазовой отрасли и экономики региона.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Импортозамещение в ТЭК РФ URL: <http://www.rosbalt.ru/business/2017/08/31/1642717.html> (дата обращения: 17.10.17).

2. Официальный сайт: Антипинский нефтеперерабатывающий завод
URL: <https://www.annpz.ru/> (дата обращения: 17.10.17).
3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: URL:
http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156 (дата обращения: 17.10.17).
4. BP Statistical Review of World Energy June 2017 URL:
<https://www.bp.com/content/dam/bp/en/corporate/pdf/energy-economics/statistical-review-2017/bp-statistical-review-of-world-energy-2017-full-report.pdf> (дата обращения: 17.10.17).

Квашнина Ю.О.

Магистрант

Тюменский государственный университет

г.Тюмень, Россия

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Особенностью развития туризма в Тюменской области является ее богатая история, а также разнообразный климат. За Тюменской областью, в частности за городом Тюмень, закрепилось название "Ворота Сибири", так как Тюмень является первым русским городом в Сибири. Именно отсюда начиналось освоение новых российских земель.

Тюменская область является одной из самых крупных в Российской Федерации. Она находится в центре Евразии и является единственным регионом России, простирающимся от Северного Ледовитого океана на севере до государственной границы на юге (Казахстан).

Из-за большой протяжённости территории с севера на юг, Тюменская область включает в себя несколько климатических поясов, которые оказывают влияние на общую характеристику климата региона. Районы Крайнего Севера представляют собой арктический и субарктический климат. Центральные и южные районы Тюменской области являются зонами резко-континентального сухого климата с непродолжительным летом и большими перепадами температур.

По территории области протекает ряд рек и находится несколько тысяч озёр, которые привлекают любителей рыбной ловли. Многие российские рыболовы уже давно облюбовали озера и реки в Тюменской области для своего увлечения, которые славятся хорошими уловами разной рыбы, а также живописными видами. Большую популярность у рыбаков имеют такие озёра как Светлое, Большой Уват, Полушинское, Липчинское, Андреевское и

Кривое. В них можно поймать прекрасный улов карпа, щуки, карася, чебака, окуня, ерша, ротана.

Крупнейшей рекой области является Иртыш, который имеет судоходное значение. Главной рекой областного центра является Тура. Наличие этих рек дает возможность для развития еще одного вида развлечения туристов - **речная прогулка. Речные прогулки осуществляются различными водными средствами: катамаранами, катерами и теплоходами.**

В Тюменском регионе популярны активные виды развлечений, связанные с полетами. В окрестностях города Ялуторовска Тюменской области находится авиационно-спортивный клуб, который предлагает туристам совершить прыжок с парашютом, как самостоятельно, так и в тандеме с инструктором, а также совершить ознакомительный полет на самолетах Як-52, Як-18Т, Ан-2. Тюменский клуб воздухоплавания и планеризма проводит экскурсии по окрестностям Тюмени на воздушном шаре.

На территории Тюменской области может развиваться экологический туризм - путешествия в места с почти нетронутой природой, где можно получить представление о природных особенностях данной местности. Одним из таких мест является Лосиная ферма в Турнаево, которая находится в Нижнетавдинском районе. На ферме находится Собачий городок - питомник собак, где можно покататься на санях, запряженных маламутами и хаски, проводится экскурсия на лосеферму, где любой турист может покормить лосей с руки, а также существует возможность покататься на лошадях. Территория фермы отлично подходит для пеших прогулок и любителей рыбной ловли, так как по ее территории текут такие реки как Тавда и Лайма, богатые различными видами рыб.

Еще одним памятником природы в Тюменской области является Марьино ущелье в Исетском районе около реки Исеть. Оно представляет собой глубокий овраг с крутыми склонами, по которому течет родник и в

котором обитают исчезающие виды животных и растений. Кроме того, рядом с Марьиным ущельем расположен известный археологический район – Ингальская долина.

В Тюменской области также развит санаторно-курортный туризм. Регион известен обилием горячих природных источников, в которых состав воды богат минеральными солями и микроэлементами, которые благотворно влияют на организм. Наиболее известными источниками являются Верхний бор, Дубровное, который находится в Ярковском районе, и Сосновый Бор, расположенный в поселке Винзили Тюменского района.

На территории области расположено около 30 санаториев: Сибирь, Тараскуль, Красная гвоздика, Ласточка, Сосновый бор, в которых лечат заболевания опорно-двигательного аппарата, нервной системы, органов пищеварения, эндокринные заболевания, сердечно-сосудистой системы, болезни кожи, гинекологические болезни, нарушения обмена веществ.

Тюменская область активно развивается в направлении спортивного туризма. В области хорошо развита инфраструктура спортивных сооружений, оборудовано 4 горнолыжных центра - Воронинские горки и Кулига-парк в Тюмени, Абалак и курорт Алемасова в Тобольске. В регионе имеются авиаклубы, стадионы, стрельбища, дворцы спорта, ипподром и многое другое, что привлекает любителей спортивного туризма. Построенные в областном центре Жемчужина Сибири – центр зимних видов спорта и Центр дзюдо отвечают современным требованиям подготовки спортсменов и проведению международных и мировых соревнований, посмотреть которые приезжают сотни туристов из разных стран и регионов.

Тюменская область также богата своими святынями, которые привлекают паломников и любителей необычной архитектуры со всей страны. На территории региона находятся 4 действующих монастыря: Свято-Троицкий Тюменский мужской монастырь, Богородично-Рождественский Ильинский женский монастырь, Свято-Знаменский Абалакский мужской монастырь и Иоанно-Введенский женский монастырь. Данные монастыри

являются памятниками истории и архитектуры региона. Самым популярным местом паломничества в Тюменской области является ее духовная столица Тобольск.

В Тобольском районе Тюменской области находится удивительный Абалакский природно-исторический комплекс. Свое название он получил в честь главного исторического архитектурного объекта, расположенного на его территории - Абалакского мужского монастыря. На территории комплекса находятся несколько мемориальных памятников: Ханское кладбище, где захоронены члены семей сибирских ханов; усыпальница исламских святых Сибирского ханства.

Разнообразие природы Абалакского комплекса, наличие редких видов животных и растений, многочисленных водоемов дает возможность привлекать туристов, которых интересуют различные виды туризма. На территории Абалака находится множество водоемов, интересных для рыбалки. Также в состав Абалака входит рыбопроизводный завод, на котором производится инкубация осетровых пород рыб: сибирского осетра и стерляди.

Тюменская область богата историческим, архитектурным и культурным наследием, а также природными ресурсами, что позволяет ей развивать различные виды туризма. Наиболее востребованными видами являются: экологический, паломнический, рыболовный, спортивный и санаторно-курортный туризм.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абрамов Н. Город Тюмень. Тюмень: Софт Дизайн, 2015. – 240 с.
2. Галкина Е.Г. Тюмень, мое достояние. Тюмень: Кронос, 2015. – 320 с.
3. Денисова Е. Памятники живут и каждый день вызывают к нам. / Е. Денисова // Элита-Region. - 2015. - №2. - с.106-111.
4. Заварихин С.П., Жученко Б.А. Архитектура Тюмени. Тюмень: Радуга-Т, 2014. – 295 с.
5. Официальный сайт федерального агентства по туризму [Электронный ресурс] - URL: - <https://www.russiatourism.ru>.

Конев А.В.

методист кафедры управления
развитием общего образования
ГАУ ДПО ЯНАО «РИРО», г.
Салехард, Российская Федерация

К ВОПРОСУ О СОЗДАНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО БРЕНДА ЯМАЛА НА ОСНОВАНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

С целью популяризации образовательных брендов, отражающих инновационный потенциал региональной и муниципальных систем образования Ямало-Ненецкого автономного округа создан сайт «Образовательные бренды Ямала» [25], направленный на содействие определению стратегии развития брендов в регионе; содействие приобретению лучшими образовательными практиками всеми безусловными характеристиками бренда; формирование и эффективное функционирование электронного банка лучших образовательных практик [1], где под образовательной практикой понимается совокупность нетрадиционных (инновационных) подходов, методов и приемов, обеспечивающих решение актуальных задач образовательного процесса, направленных на развитие образовательной системы и пригодных для трансляции, то есть использования в новых условиях [1]. В данном определении на наш взгляд пишется об образовательной практике (практиках) через которые реализуются образовательные услуги.

Проведённый анализ образовательных практик, представленных на сайте «Образовательные бренды Ямала» не показал, как создаётся образовательный бренд на основании образовательной практики.

В свою очередь в преобладающем большинстве проанализированных нами исследований вопросы продвижения образовательных услуг рассматриваются в рамках создания бренда образовательной организации [2; 13; 15; 19; 23; 24; 26; 28; 29; 30], а исследований, посвящённых продвижению

образовательной услуги немного [5; 22]. При этом в настоящее время в научной и специальной литературе по маркетингу достаточно широко рассматриваются бренд и этапы создания бренда товара.

Рассматривая понятие бренд, исследователи включают в данное понятие от комплекса ассоциаций о товаре (компании, продукте или услуге), которые закрепились в сознании потребителей; неосязаемой суммы свойств продукта (его характеристик), создающих образ данного продукта в потребительском сознании [6; 8; 11; 18] до включения торговой марки, состоящей из названия, графического изображения (логотипа) и звуковых символов компании или товара; самого товара или услуги со всеми его характеристиками; набора характеристик, ожиданий, ассоциаций, воспринимаемых пользователем и приписываемых им товару; информации о потребителе; обещаний каких-либо преимуществ, данных автором бренда потребителям, то есть тот смысл, который вкладывают в него сами создатели [20].

Отсутствие общих подходов к понятию бренд затрудняет понимание и эффективное использование данного метода продвижения товара в качестве средства маркетинга и применения западного опыта исследовательской и практической деятельности в процессе создания и продвижения бренда товаров и услуг [5].

Сложность создания брендов образовательных услуг, в отличие от создания брендов товаров, связана с особенностями сферы услуг.

Выделяют следующие характеристики услуги (ее отличительные свойства, особенности) [27]:

1. *Неосязаемость*. Если материально-вещественное благо (физический товар) можно взвесить, потрогать, измерить, узнать химический состав и т.п., то услуга как деятельность не может быть заранее, до ее осуществления, реально представлена, «прочувствована» потребителем.

2. *Неотделимость услуг от их источника*. Это свойство объективно вытекает из трактовки услуги как деятельности, что предполагает, при заказе и осуществлении услуги взаимодействие производителя и потребителя услуги.

3. *Непостоянство качества*, или качественная неопределенность.

Указанное свойство услуги обусловлено спецификой процесса ее оказания и прямо зависит от того, кто, когда, где и как ее предоставляет.

4. *Недолговечность услуг* связано с ее основным свойством – неосвязаемостью – и означает невозможность хранения услуги.

5. *Отсутствие передачи прав собственности при оказании услуги*. Если, купив товар в материально-вещественной форме (компьютер, коробку конфет, автомашину и т.д.), покупатель автоматически приобретает и право собственности на него, позволяющее использовать этот физический товар по своему усмотрению, в том числе перепродать его и т.д., то сама услуга как таковая не становится собственностью покупателя, а право на ее производство остается у производителя.

Перечисленные особенности образовательных услуг требуют от их производителей специальных подходов, позволяющих эффективно организовать создание образовательных практик [10], через которые осуществляется предоставление образовательных услуг; представления данных образовательных практик потенциальным потребителям, участникам образовательных отношений, с последующим продвижением образовательных практик на рынке образовательных услуг, т.е. брендингом.

В настоящее время существуют различные подходы к пониманию брендинга. Одни авторы рассматривают брендинг, как «технологический процесс создания, поддержки и развития бренда торговой марки» [3], как «фундаментальный стратегический процесс, включающий в себя все аспекты деятельности фирмы» [14]. Другие рассматривают брендинг как «процесс, направленный на создание и продвижение «эффективных» брендов» [17]. Брендинг также определяют, как «приёмы создания особого впечатления, которые вносят свой вклад в общий имидж в отношении целевого сегмента рынка к бренду» [4], как «процесс создания и последующего управления уникальным объектом потребления, который является привлекательным для потребителя и служит носителем добавленной стоимости» [16]. Ряд авторов

рассматривают брендинг как процесс или последовательную смену определённых стадий, этапов [4; 7; 9; 12; 21].

Таким образом, в научной литературе разработаны различные подходы к пониманию бренда и брендинга. Отсутствие единого подхода к пониманию бренда, брендинга, а также имеющиеся специфические характеристики сферы услуг затрудняют процесс создания бренда образовательной услуги. Это требует, учитывая особенности сферы услуг, разработки этапов создания и уровней формирования образовательного бренда на основании образовательной практики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Приказ департамента образования Ямало-Ненецкого автономного округа от 20 ноября 2014 г. № 1788 «Об утверждении положения об интернет-сайте «Образовательные бренды Ямала».
2. Афанасьев А.Ю. Зачем нужны бренды в образовании? // Менеджмент в образовании. – 2012, № 1. – С. 11–15.
3. Волков А. Стратегический бренд-менеджмент и капитализация организации // Маркетинг. 2006. №4 (89). С. 19-29.
4. Гусева О. Концепция брэндинга // Рекламные идеи – YES! 1998. №3. С. 6-13.
5. Демченко С.Г., Юсупова Г.Р. Особенности брендинга в сфере услуг. Журнал «Актуальные проблемы экономики и права». Казань, Издательство «Познание», 2008 г. № 3, стр. 28-32.
6. Доминин В.Н. Брендинг: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2004. – 381 с.
7. Зозулев А., Нестерова Ю. Брендинг в схемах. Модели брендинга: классификация и краткая характеристика // Маркетолог. 2006. № 10, ноябрь. С. 11-12.
8. Казначеева С.Н., Челнокова Е.А. Бренд как инструмент создания конкурентных преимуществ компании. [Электронный ресурс] // Режим доступа:

<https://www.isuct.ru/e-publ/snt/ru/node/1408>.

9. Комарова Ю. В. Этапы брендинга как процесса создания и развития товарного бренда // Молодой ученый. — 2012. — №8. — С. 106-108.

10. Конев А.В. Особенности формирования образовательного бренда общего образования. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <<http://yamal-obr.ru/articles/osobennosti-formirovaniya-obrazovatelnog/>> (Электронный журнал: Образование Ямала, июнь 2016 г. № 12)

11. Огилви Д. Огилви о рекламе / Д. Огилви. – М.: Изд_во Эксмо, 2006. – 232 с.

12. Перция В., Мамлеева Л. Анатомия бренда. Москва: Вершина, 2007. 288 с.

13. Пьянзина М.Е. Современные бренд-технологии в сфере высшего профессионального образования.// ИнВестРегион. 2013. №4.1. С. 32-36.

14. Рэнделл Д. Брендинг: краткий курс. / Пер с англ. Р. Захарчева. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. 216 с.

15. Самохина А. К. Бренд школы: создание, поддержка и развитие. //Справочник руководителя образовательного учреждения. 2008. № 10. С. 59-68.

16. Тамберг В., Бадьин А. Бренд. Боевая машина бизнеса. М.: ОЛИМП БИЗНЕС, 2005. 239 с.

17. Тульчинский Г.Л., Терентьева В.И. Бренд-интегрированный менеджмент: каждый сотрудник в ответе за бренд. М.: Вершина, 2006. 352 с.

18. Эш Ф.Р. Оценка современных условий управления брендами. Учет рыночных условий: обесценение продуктов и брендов. Бренд-менеджмент. 2008. – № 4. С. 198-210.

19. Виноградова А.С. Брендинг в образовании. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.spa.msu.ru/uploads/files/books/brand_man.pdf>

20. Гусева О.В. Брэндинг [Электронный ресурс] // Режим доступа: <<http://www.marketing.spb.ru/read/m4/1.htm>>

21. Жумагалиева Саулеш. Процесс создания брэнда [Электронный

ресурс] // Режим доступа: <http://www.advesti.ru/publish/brending/190405_process/>

22. Завалько Н.А. Непреходящая ценность обучения: специфические особенности образовательных услуг в аспекте маркетинговых отношений. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4050>>

23. Замерченко Н. И. Брэнддинг в образовании. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://vestnik.yspu.org/releases/2012_2pp/19.pdf>

24. Калиева О. М., Бебешко Л. О. Бренд школы как фактор ее конкурентоспособности в образовательном пространстве города. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://catalog.karlib.kz/irbis64r_01/internet/2016/brend-shkoly-kak-faktor-ee-konkurentosposobnosti-v-obrazovatelnom-prostranstve-goroda.pdf>

25. Образовательные бренды Ямала. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <<http://praktiki.yamaledu.org/karta-praktik/>>

26. Спирина Н.А. Точки контакта в системе брендинга высшего учебного заведения: особенности определения и мониторинга в современной экономике ценностей [Электронный ресурс] // Режим доступа: <<http://vestnik.uapa.ru/en/issue/2016/02/34/>>

27. Услуги в современной экономике: сущность и классификация. Сфера услуг в современном обществе: Экономика, менеджмент, маркетинг. Курс лекций (Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А.). [Электронный ресурс] // Режим доступа: <<http://uchebnik-online.com/122/1015.html>>

28. Dr.S. Franklin John, Ms.S.Senith Factor Branding in Selection of Higher Educational Institutions in India. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <<http://iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol9-issue5/G0954550.pdf>>

29. Joo-Gim Heaney, Michael F Heaney Services Branding Strategies: Using Corporate Branding to Market Educational Institutions. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://researchonline.nd.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=bus_con>

ference>

30. Two Schools of Thought on Branding Education By Rex Whisman.

[Электронный ресурс] // Режим доступа:

<<https://www1.american.edu/strategicplan/pdf/docs/BrandEd.pdf>>

Лукьянова Н.Ю.

к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента
(Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта)

г. Калининград, Россия

ПРАКТИКА КОМБИНИРОВАННОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Методология комбинирования прогнозов впервые была описана в 1969г. в статье Bates J. M., Granger C. W. J. “The Combination of Forecasts” [1]. Она позволяет на основании нескольких прогнозов развития одного и того же объекта, рассчитанных различными методами прогнозирования по одним и тем же данным, получить комбинированный прогноз, точность которого будет выше, чем у исходных прогнозов.

В 2012 году автором статьи был обобщен зарубежный опыт разработки комбинированных прогнозов [2-4] и уточнена методика комбинирования на основе весовых коэффициентов, получаемых экспертным путем [5].

Наиболее простой и широко применяемой на практике является методика комбинирования, использующая для расчетов комбинированного прогноза Y линейную комбинацию индивидуальных прогнозов Y_i с весами a_i , определяемыми экспертным путем:

$$Y = \sum_{i=1}^n a_i Y_i \quad ; \quad \sum_{i=1}^n a_i = 1$$

где Y_i - индивидуальные прогнозы; a_i - весовые коэффициенты, полученные экспертным путем; n – общее количество индивидуальных прогнозов, разработанных различными методами прогнозирования по одним и тем же данным.

В частности, весовой коэффициент a_i при i -ом прогнозе определяется по изложенной в [6, с. 78-79] методике как средняя арифметическая экспертных оценок при условии высокой согласованности мнений привлекаемых экспертов. В качестве меры согласованности экспертных оценок выступает коэффициент вариации, значение которого не должно превышать 30% по каждому из весовых коэффициентов.

Например, в октябре 2013 г. мы прогнозировали развитие рынка розничной торговли Калининградского региона на 2014 г. Комбинированный прогноз рассчитывался как линейная комбинация трех индивидуальных прогнозов с весами, определенными экспертным путем. Индивидуальные прогнозы были построены на основе:

- методики, использующей процедуру скользящей средней и экспертные оценки Дельфи-процедуры (прогноз 1);
- метода экспоненциального сглаживания (прогноз 2);
- метода аналитического выравнивания по тренду (прогноз 3).

Таблица. Прогноз оборота розничной торговли
Калининградской области на 2014г.

Прогноз	Млрд. руб.	Факт	Ошибка прогноза, %	Вес	Консенсус-прогноз, млрд. руб.	Ошибка консенсус-прогноза, %
Прогноз 1	135,07	131,99	2,3	0,8	130,83	0,8
Прогноз 2	115,40		12,6	0,15		
Прогноз 3	109,29		17,2	0,05		

Таким образом, приращение в точности при комбинировании составило 1,5% по отношению к наиболее удачному прогнозу 1, полученному по методике, использующей процедуру скользящей средней и экспертные оценки Дельфи-процедуры [6, с.75-80].

За последние пять лет лично автором, под его научным руководством и по его методике было проведено более 20 исследований по прогнозированию развития различных секторов экономики Калининградской области, отраслевых рынков и отдельных субъектов хозяйствования региона. Результаты этих

исследований прошли апробацию на научных конференциях разных уровней, а некоторые из них были опубликованы, в частности, [5, 7-11]. Комбинирование прогнозов, полученных на основе статистических и экспертных методов, по методике с определенными экспертным путем весами, дало приращение в точности до 2,7% (по сравнению с лучшим индивидуальным прогнозом). Это подтверждает эффективность описанного выше подхода к прогнозированию развития региональной экономики.

В заключении отметим, что описанная методика комбинирования позволяет одновременно использовать как количественные, так и качественные методы прогнозирования. Такой подход существенно снижает риски прогнозирования в условиях неопределенности, что является неоспоримым преимуществом по отношению к прогнозам, полученным на основе единственного метода.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Bates, J. M., Granger C. W. J. The Combination of Forecasts //Operation Re-search Quarterly.Vol. 20, No. 4 (Dec., 1969), pp. 451-468.
2. Armstrong J. Scott . Combining Forecasts: The End of the Beginning or the Beginning of the End?//International Journal of Forecasting, 5, 5, (1989),585 - 588.
3. Armstrong J. Scott . Combining Forecasts, From Principles of Forecasting: A Handbook for Researchers and Practitioners, J. Scott Armstrong (ed.): Norwell , MA : Kluwer Academic Publishers, 2001. Reprinted permission of Kluwer/Springer.
4. Lilian M. de Menezes, Derek W. Bunn and James W. Taylor. Review of Guidelines for the Use of Combined Forecasts//European Journal of Operational Research, 2000, Vol. 120, pp. 190-204.
5. Лукьянова Н.Ю., Елисеев А.Е., Ким А.С. Комбинированные прогнозы развития отраслевых рынков. Современные тенденции в образовании и науке. / В сб. научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. 31 октября 2013 г. Часть 22 –Тамбов: 2013. С.104-105.

6. Лукьянова Н.Ю. Маркетинговое прогнозирование: Учебник для бакалавров. Балтийский федеральный университет имени Им. Канта. — Казань: Изд-во «Бук», 2017. — 192 с.

7. Лукьянова Н.Ю., Климова Н.В. Прогнозирование показателей работы торгового центра г. Калининграда. /В сб. научных трудов по материалам V Международной заочной научно-практической конференции Теоретические и прикладные исследования социально-экономических систем в условиях интеграции России в мировую экономику. 1 ноября 2016 г. [Электронный ресурс]. ISBN 978-5-400-01326-3. –Тюмень: Тюменский государственный университет, 2016. С. 339-343.

8. Сопова Е.В., Щербинина Л.Ю. Комбинированный прогноз развития рынка растениеводства Калининградской области на 2017 г. / В сб. научных трудов “Анализ состояния и направления развития приморских регионов России”. Выпуск 1. БФУ им. И. Канта. Союз землячеств приморских регионов; Балтийский федеральный университет им. И. Канта. –Казань: Изд-во «Бук», 2016. С.21-24.

9. Белюшенко Е. С. Развитие предприятия малого бизнеса с использованием маркетинга взаимоотношений // Молодой ученый. — 2014. — №7.1. — С. 34-37.

10. Акопян Е.И. Исследование развития рынка алкогольной продукции на основе комбинирования прогнозов. / В сб. научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции “ Генезис, формирование, развитие и прогнозирование экономических систем в России и за рубежом ”, 31 января 2017г. Екатеринбург: НОО «Профессиональная наука», 2017. — С. 46-56.

11. Лукьянова Н.Ю., Сёмочкина Е.Н. Прогнозирование основных показателей деятельности малого производственного предприятия: комбинированный подход. Вестник научных конференций / В сб. научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции “Наука, образование, общество”. 31 января 2017 г. № 1-5(17). Часть 5 –Тамбов: 2017. С.104-105.

Мифтахова М.Р.

студент Финансово-экономического института

Тюменского государственного университета

г. Тюмень, Россия

Замураева Л.Е.

к.э.н., доцент кафедры «Менеджмента, маркетинга и логистики»

Финансово-экономического института

Тюменского государственного университета

г. Тюмень, Россия

КЛЮЧЕВЫЕ МОМЕНТЫ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ О ВЛИЯНИИ ГРУЗОБОРОТА АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Решение о продолжении исследования «Грузооборот автомобильного транспорта как показатель экономического развития региона» принято, в связи с тем, что данная тема, работа над которой началась в конце 2015 года, оказалась чрезвычайно актуальной в связи с событиями, произошедшими в политической сфере и, оказывавшими колоссальное влияние на экономику страны. По этой причине проведение анализа одной из важнейших компонент транспортного комплекса России, который обеспечивает вклад в ВВП страны от 5 до 8 %, автомобильного транспорта, стало не только одной из интереснейших задач для изучения, поставленных в работах «Продолжение исследования о возможности применения грузооборота автомобильного транспорта как показателя экономического развития региона», «Влияние грузооборота автомобильного транспорта на экономическое развитие Тюменской области», но и способом, позволяющим быть в курсе важнейших тенденций в развитии как страны в целом, так и одного из регионов ее роста, Тюменской области (рисунок 1).

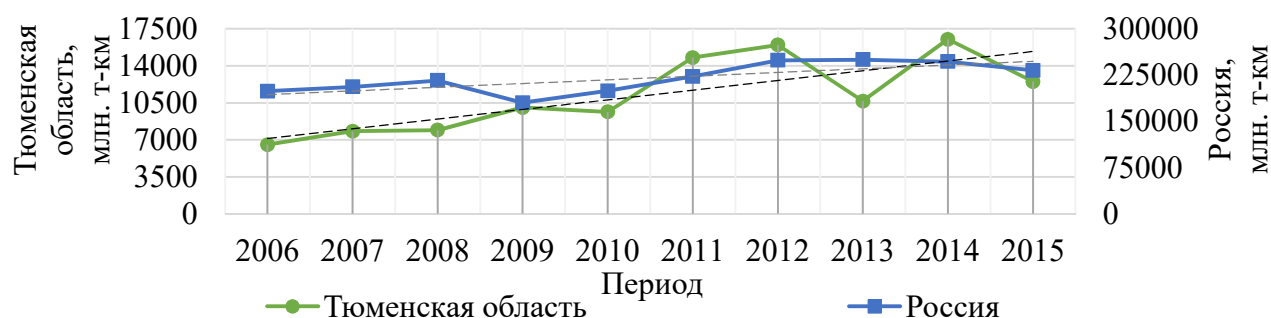


Рисунок 1 – Динамика грузооборота автотранспорта организаций всех видов деятельности России и Тюменской области в период с 2006 по 2015 гг.

Источник: составлено авторами на основе [4]

Так, первоначальное исследование позволило заключить, что грузооборот автотранспорта, который является лидером в сфере перевозок грузов (рисунок 2), может рассматриваться как показатель экономического развития региона в связи с наличием сильной корреляционной зависимости с факторами, напрямую связанными с понятиями «экономический рост» и «экономическое развитие». На основании полученных результатов оформлена работа «Продолжение исследования о возможности применения грузооборота автомобильного транспорта как показателя экономического развития региона», в которой, обновление требуемого материала о состоянии экономики транспорта России и Тюменской области, позволило подтвердить актуальность выполненных и представленных в предшествующей исследовательской работе расчетов.

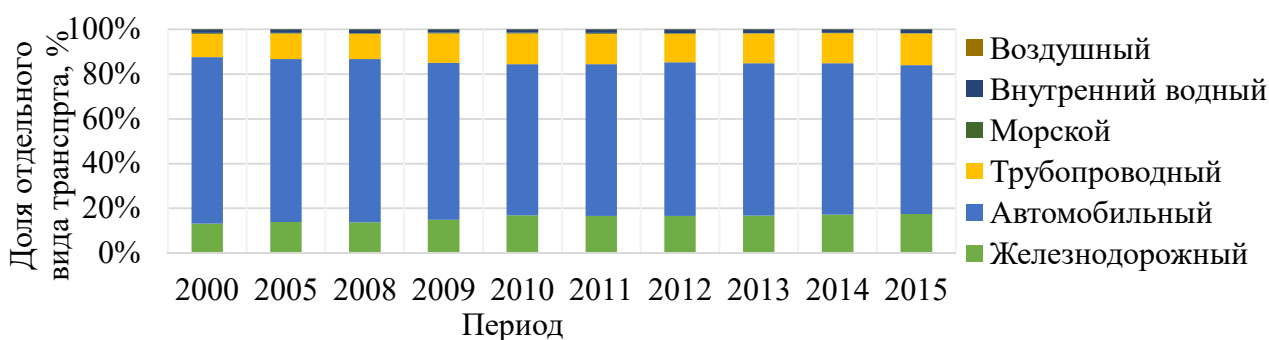


Рисунок 2 – Структура перевозок грузов по видам транспорта в России в период с 2000 г. по 2015 г.

Источник: составлено авторами на основе [4]

Развитие данный вопрос получил и в выпускной квалификационной работе «Влияние грузооборота автомобильного транспорта на экономическое развитие Тюменской области», целью которой стало исследование тенденций развития грузооборота автотранспорта и разработка рекомендаций, направленных на его повышение в рассматриваемом регионе.

Изучение теоретических аспектов использования автотранспорта в логистической системе с помощью рассмотрения понятия логистической структуры, помогло более структурированно подойти к работе и расширить границы изучаемой темы.

Анализ тенденций развития грузооборота автотранспорта Тюменской области, проведенный с применением таких инструментов прогнозирования, как методы экстраполяции, функции программных продуктов MS Excel и «Novo Forecast», регрессионный анализ, в том числе метод множественной регрессии, в целом продемонстрировал тенденцию его роста (рисунок 3).



Рисунок 3 – Сравнение прогнозных значений величины грузооборота автомобильного транспорта

Источник: составлено авторами на основе [4]

Также исследование показало, что грузооборот автотранспорта, как экономический показатель, не является автономным. В работе рассмотрена его связь с численностью населения и его доходами, производством, плотностью дорог общего пользования, ценой на нефть Brent и объемом нового бизнеса, после чего принято решение о подробном рассмотрении последнего, так как

объем нового бизнеса является относительно новым элементом и инструментом рыночной экономики в стране.

Оценка лизинговой деятельности региона как фактора, влияющего на грузооборот автотранспорта, проводилась посредством анализа основных финансово-экономических показателей работы одного из крупнейших операторов лизинговых услуг, входящих в ТОП-10 лизинговых компаний страны, ООО «РЕСО-Лизинг». Расчеты продемонстрировали сокращение рынка лизинга в последние годы в Тюменской области, что соответствовало общей тенденции по России. В связи с этим обоснованными стали рекомендации, направленные на повышение уровня грузооборота автотранспорта и развитие региона, суть которых состоит в оказании воздействия на интенсивное развитие предпринимательства посредством расширения практики предоставления субсидий в сфере лизинга не только оборудования, но и автотранспорта, и, соответственно, внесении изменений в постановление правительства Тюменской области «О порядке отбора субъектов малого и среднего предпринимательства для предоставления государственной поддержки в форме субсидии». Помимо этого, предлагается и оказание непосредственной поддержки лизинговых операторов на территории региона, так как лизинг автотранспорта представляет собой как перспективное направление для лизинговых компаний, так и удобный способ финансирования бизнеса, что влечет за собой реальную возможность повышения доступности рынка транспортных услуг, который является ключевым условием повышения уровня грузооборота, а значит, развития региона и межрегиональных связей (рисунок 4).

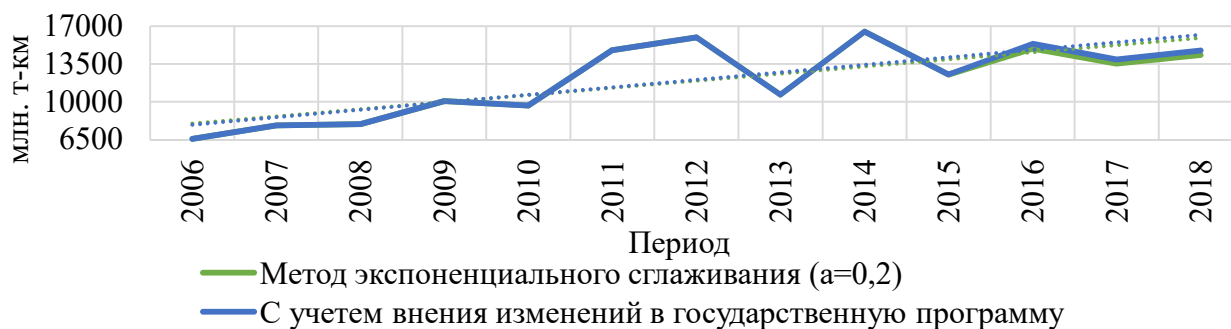


Рисунок 4 – Сравнение прогнозных значений величины грузооборота

автотранспорта с учетом внесения изменений в государственную программу

Источник: составлено авторами на основе [4]

Исследование, рассмотренное выше, позволило подтвердить выдвинутую, как в статьях ранее, так и непосредственно в дипломной работе, гипотезу об устойчивой взаимосвязи экономики и транспортного комплекса. На это указали расчеты, которые позволили установить связь между ростом объема грузоперевозок и экономическим ростом. Это говорит о том, что предложенные рекомендации в случае их успешной реализации могут стать долговременными эффективными инвестициями в транспортную систему России. Таким образом, транспортный комплекс может рассматриваться в качестве активного фактора поддержания динамики экономического роста и конкурентоспособности экономики как отдельного региона, так и страны в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Данилюк А.А., Мифтахова М.Р. Грузооборот автомобильного транспорта как показатель экономического развития региона / А.А. Данилюк, М.Р. Мифтахова. – Казанская Наука. – Казанский Издательский Дом (Казань), 2016. – С. 30–32.
2. Мифтахова М.Р., Данилюк А.А., Тарасова О.В. Продолжение исследования о возможности применения грузооборота автомобильного транспорта как показателя экономического развития региона / М.Р. Мифтахова, А.А. Данилюк, О.В. Тарасова. – Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по материалам XL студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. – М.: «МЦНО», 2016. – № 11(40) – С. 520-525.

3. Мифтахова М.Р. Влияние грузооборота автомобильного транспорта на экономическое развитие Тюменской области [Электронный ресурс]/М.Р. Мифтахова//ЭБС «Университетская библиотека онлайн». – 2017. – 95 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=462541 (дата обращения: 18.10.2017).

4. Федеральная служба государственной статистики. Официальная статистика. Транспорт. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/transport/p://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts (дата обращения: 04.03.2017).

Моргун Ю.А.,

магистрант группы 36Эм155-з

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»,

г. Тюмень, Россия

Иванова С.А., научный руководитель

К.Э.Н.,

доцент кафедры экономической теории и прикладной экономики,

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»

ПРИЧИНЫ И ПРЕДПОСЫЛКИ ИНТЕГРАЦИИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ В МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ

Капиталистическое производство предполагает постоянный процесс расширения, связанный с выходом на новые рынки, что обусловило наличие развитой системы мировых товарно-денежных отношений. Постольку, поскольку РФ является федеративным государством, интеграция в мировую экономику возможна в двух вариантах – общефедеральном и региональном. Однако, интегративные процессы замедлены по причине преобладания неблагоприятных политико-экономических факторов над интеграционными тенденциями. Тюменская область на современном этапе ее экономического развития является одним из наиболее ярких примеров попытки интеграции регионов в мировой рынок, что обусловлено наличием сильного нефтяного сектора и динамично развивающегося сельского хозяйства. Иными словами, нефтяной сектор (в Тюменской области расположен один из крупнейших нефтегазовых районов мира) позволяет региональным властям проводить эффективную политику по развитию агропромышленного комплекса. Продукты нефтедобычи и пищевые продукты служат основой регионального товарооборота. Тюменская область инвестиционно привлекательна, в ней есть избыточная масса товаров. Вместе с этим федеральный тренд по импортозамещению препятствует развитию международных экономических

отношений Тюменской области, поскольку интеграция предполагает, помимо всего прочего, сбалансированность входящего и исходящего векторов взаимодействия. Процесс полного импортозамещения невозможен как по той причине, что ни одна экономика мира не может существовать без внешних экономических связей (даже КНДР поддерживает экономические связи с отдельными государствами, наиболее тесные из которых установлены с Китаем), так и по той, что в силу геоклиматических условий России в этой стране не может сложиться полностью автономная экономическая система. К тому же, политика по импортозамещению носит весьма лукавый характер, потому как предполагает ограничение импорта при поощрении экспорта (экспорт нефтегазового сырья находится в приоритете, при этом существенно возрос экспорт зерновых), однако это не мешает отдельным исследователям приводить доводы в пользу одновременной поддержки импортозамещения и развития несырьевого экспорта. Конечно же, как верно отмечает Е. В. Милоенко, большой импорт пищевых продуктов ограничивает конкурентоспособность отечественных товаров, однако причиной тому является ограниченность возможностей российского сельского хозяйства геоклиматическими условиями, для обеспечения полноценной жизнедеятельности населения импорт продовольствия жизненно важен. Между тем, кризисная ситуация, начавшаяся проявляться еще с середины 2013 года, снижает инвестиционную привлекательность регионов. В кризис инвесторы ориентированы на крупные федеральные проекты, тогда как в относительно благополучное время более охотно вкладываются в регионы. Таким образом, наиболее существенными индикаторами интеграции региона в мировую экономику в прикладном аспекте являются торговля и инвестиции. Приоритетным направлением в развитии Тюменской области должна быть именно торговля, поскольку она позволит повысить уровень самостоятельности региональной экономики, базирующейся на сырье. И действительно, как показывают данные за январь-март 2017 года, в структуре экспорта наибольший удельный вес (67,5%) составляет нефть и нефтепродукты, 28,9% -

продукция химической промышленности. Примечательно, что импорт на 80,7% складывается из машин, оборудования и транспортных средств, в объеме импорта 37% занимает Германия. То есть, экспортируется сырье, а импортируются средства производства. Внешнеторговый оборот Тюменской области в 2016 году составил 2 635,5 млн. долларов США, в том числе экспорт – 2 056,1 млн. долларов США, импорт – 579,4 млн. долларов США. Основу экспорта составляют те товары, которые в Европе ограничены и поэтому в обозримом будущем будут пользоваться устойчиво высоким спросом. Одним из признаков развитой экономики является высокая доля услуг, означающая уклон от индустриального в пользу постиндустриального общества. Интеграция в мировую экономику должна осуществляться как за счет овеществленных товаров, так и посредством услуг. К тому же, уровень развития сектора услуг косвенно свидетельствует о качестве человеческого капитала и общем состоянии экономической культуры. Тюменская область в большей степени импортирует услуги, нежели их поставляет, что объясняется необходимостью экспорта сырья, в котором задействованы зарубежные партнеры. Сведения о динамике экспорта и импорта услуг содержатся в таблице 1.

Таблица 1.

Экспорт и импорт услуг в Тюменской области, млн. долл. США

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Экспорт услуг									
Всего	300,3	436,9	505,4	554,3	561,8	648,6	656,3	287,4	214,4
Страны дальнего зарубежья	256,7	418,9	466,9	520,6	544,3	628,2	624,7	255,9	185,8
Государства – участники СНГ	43,6	18,0	38,4	33,7	17,5	20,4	31,6	31,5	28,7
Импорт услуг									
Всего	630,3	554,0	682,6	1086,4	804,0	1469,9	840,0	4819,5	1916,7
Страны дальнего зарубежья	617,2	541,8	642,5	1005,1	639,5	1328,0	739,0	4768,1	1855,7
Государства – участники СНГ	13,1	12,2	40,1	81,3	164,5	142,0	100,9	51,4	61,0

Серьезный спад, фиксируемый с 2015 года, обусловлен в первую очередь низким курсом рубля, при котором зарубежным партнерам более выгодно самим экспортировать услуги. То есть, политический фактор не играет весомой роли, причины определенной динамики роста имеют экономическую природу.

Для того, чтобы определить динамику экономического развития, проследим значения годового оборота организаций с 2013 по 2016 года, что представлено на рис. 1.

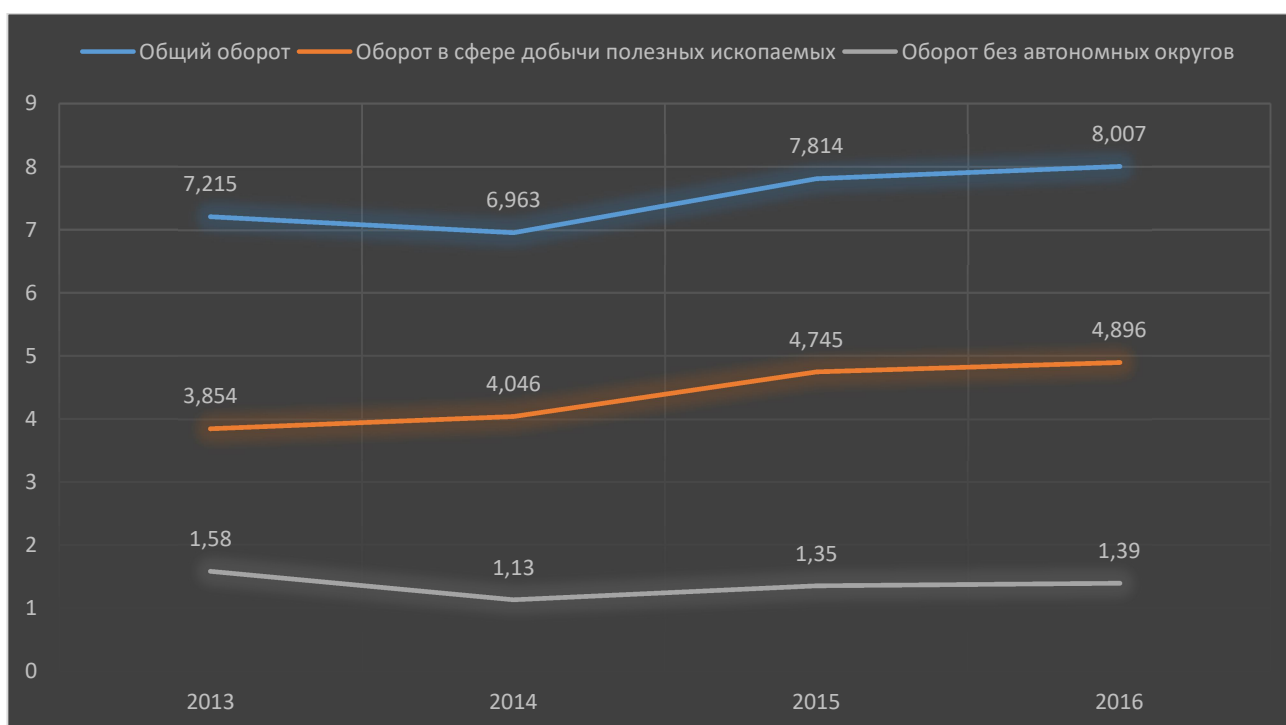


Рисунок 1 – Оборот организаций в Тюменской области, трлн. руб

Общий оборот возрос за счет роста оборота в сфере добычи полезных ископаемых, однако оборот Тюменской области без учета автономных округов снизился, что является дополнительным подтверждением того факта, что локомотивом экономики служит нефтяной сектор, тогда как без его учета в общем и целом наметилась отрицательная динамика. Исключением является сельское хозяйство, которое активно развивается при разносторонней поддержке по пути, как выразились А. В. Шелудков, С. В. Рассказов, многоукладной сельской экономики, заключающейся в социально-

экономической специализации территорий по доминирующим типам экономических агентов, формам и отраслям сельского хозяйства.

Таким образом, в целях успешной интеграции Тюменской области по пути преодоления зависимости от нефтяного сектора требуется установления баланса в торговле между экспортом и импортом и повышение инвестиционной привлекательности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Информация о развитии внешнеэкономической деятельности в Тюменской области [Электронный ресурс] // Официальный портал органов государственной власти Тюменской области. URL: https://admtyumen.ru/ogv_ru/finance/foreign_economic_activity.htm (дата обращения 14.10.2017).
2. Корчемкина Е. С., Лазутина Д. В. Политика бюджетных расходов тюменской области: актуальные направления и тенденции // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2016. №1. Том 2. С. 190-203.
3. Милоенко Е. В. Вопросы сбалансированного развития сельских территорий тюменской области // Приволжский научный вестник. 2017. №1 (65). С. 55-59.
4. Оборот организаций (юридических лиц) по видам экономической деятельности в Тюменской области [Электронный ресурс] // Тюменстат. URL: http://tumstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/tumstat/resources/4493fd804d4d4e51960bd68c578e42b2/%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%822005-2016.htm (дата обращения 14.10.2017).
5. Основные итоги социально-экономического развития Тюменской области (без автономных округов) за январь-июнь 2017 года [Электронный ресурс] // Официальный портал органов государственной власти Тюменской области. URL:

https://admtyumen.ru/ogv_ru/about/soc_econ_status/more.htm?id=11455577@cmsArticle (дата обращения 14.10.2017).

6. Шелудков А. В., Рассказов С. В. Карта многоукладности: пригородные и периферийные зоны тюменской области // Крестьяноведение. 2017. №1. Том 2. С. 102-114.

7. Экспорт и импорт услуг в Тюменской области [Электронный ресурс] // Тюменьстат. URL: http://tumstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/tumstat/resources/2f6f5280407f4e7d85c1ef4d45abe5e4/%D0%BE%D0%B1%D0%BB.htm (дата обращения 14.10.2017).

Носова Т.А.

Магистрант

Тюменский государственный университет

г.Тюмень, Россия

СУЩНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ

Инновационный путь развития страны в целом и отдельных регионов требует создания эффективного механизма формирования и распространения инноваций, а также механизмов управления инновационной деятельностью. Проблемы становления инновационной экономики регионов связаны с необходимостью формирования эффективных региональных инновационных систем (РИС).

В отечественной и зарубежной литературе широко используются понятия региональной инновационной системы (РИС), но в настоящее время не существует единого определения, учитывающего все аспекты региональной системы(7).

Проработанная концепция НИС положила начало более узкой концепции РИС. Стоит отметить, что РИС - не просто масштабированная до уровня региона НИС. РИС - структурно сложное понятие, которое учитывает в себе как особенности национальной инновационной системы, так и особенности, и специфику региона. Именно поэтому можно утверждать, что РИС имеет большее влияние на конкурентоспособность предприятия, чем НИС. Также стоит отметить, что НИС не равна простой сумме РИС на территории какого-либо государства. Причиной этому является тот факт, что в РИС включаются некоторые элементы, которые действуют и на национальном уровне. Конечно, концепция РИС предполагает, что инновационная деятельность происходит только в рамках региона, однако многие участники инновационной деятельности оперируют как на национальном, так и на международном уровне, таким образом, влияние внешних факторов на них неизбежно.

В российской и зарубежной научной литературе существует множество определений РИС, и выдавать одно из них, как наиболее правильное, не вполне корректно. Рассмотрим общие пункты различных определений и выявим основные черты РИС:

- 1) система представляет собой совокупность институтов иницирующих, создающих и распространяющих новые виды продукции и технологии;
- 2) главным, определяющим в подсистемах фактором являются знания;
- 3) система выполняет ряд функций: планирование, прогнозирование, координация, стимулирование и контроль, а также специфические функции: производство, генерация, распространение и использование знаний;
- 4) необходимым условием существования системы является наличие связей и сложившихся типов отношений между элементами и подсистемами.

Таким образом, если собрать предыдущие пункты, то получится следующее определение: РИС - локализованная сеть участников и институтов частного и общественного сектора, чьи действия и взаимосвязи генерируют, модифицируют и распространяют новые технологии, как внутри региона, так и за его пределы.

РИС - составной элемент НИС, но, даже являясь элементами одной системы, они по-разному влияют на фирмы, на предпринимательство. Связано это в первую очередь с тем, что НИС и РИС воздействуют на деятельность фирм на разных уровнях. РИС в большей степени оказывает влияние на инновационную деятельность предприятий, так как регион - гораздо более специфичная единица, нежели государство, на региональном уровне происходит фокусировка на целевые отрасли экономики и компании данных отраслей получают большую государственную поддержку[2].

Таким образом, РИС представляет функциональную, пространственно-организованную систему региональной экономики, объединяющей взаимодействующие субъекты научного, промышленного, государственного, финансового и др. секторов, имеющей региональную отраслевую специфику, и

обеспечивающая процессы генерации, трансфера, коммерциализации, производства, распространения и использования новых знаний и технологий.

В современном мире, когда процессы глобализации и специализации очень быстро набирают обороты, анализ РИС позволяет выявить наиболее сильные сферы региона, стимулирование развития которых приведет к более быстрому и качественному развитию, повышая его конкурентоспособность, как на национальной, так и на международной арене.

Для создания эффективной региональной инновационной системы необходимо соблюсти ряд условий:

- повысить спрос на инновации со стороны большей части отраслей региональной экономики, поскольку в настоящее время инновационная активность сконцентрирована в узком числе секторов, а технологическое обновление производства опирается преимущественно на импорт технологий, а не на отечественные разработки;

- повысить эффективность сектора генерации знаний (фундаментальной и прикладной науки), так как происходит постепенная утрата созданных в предыдущие годы заделов, старение кадров, имеет место снижение уровня исследований, слабая интеграция в мировой рынок инноваций и отсутствует ориентация на потребности региональной экономики;

- преодолеть фрагментарность созданной региональной инновационной инфраструктуры, поскольку многие его элементы созданы, но не поддерживают инновационный процесс на протяжении всего хода генерации, коммерциализации и внедрения инноваций на уровне регионов;

- создание при региональных администрациях специального отдела или центра, отвечающего за поиск и внедрение инноваций, поиск инноваций как внутри региона, так и за его пределами;

- совершенствование системы организованного и нормативного правового сопровождения разработки, принятия и реализации программ инновационного развития региона.

Соблюдение данных условий создаст реальную основу для формирования региональных инновационных систем как определенной части национальной инновационной системы.

В целом, региональная инновационная система является связующим звеном между социально-экономической политикой региона, наукой, образованием, наукоемкой промышленностью и рынком, которое обладает достаточной устойчивостью, позволяющей ей нормально функционировать в условиях возможной дестабилизации экономической ситуации. Региональная инновационная система должна стать частью социально-экономической системы, в рамках которой она функционирует, откуда и поступает основной поток ресурсов: трудовых, материальных, информационных, финансовых. Основное предназначение РИС - обеспечение эффективной жизнедеятельности инновационной системы, которая будет способствовать активному экономическому росту, а также изменению качественных характеристик социально-экономического положения населения[1].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Голова И.М. Формирование эффективной инновационной политики в регионах Российской Федерации как предпосылка социально-экономического роста // Экономика региона. 2014. № 2. С. 103-107

2. Мариев О.С., Савин И.В. Факторы инновационной активности российских регионов: моделирование и эмпирический анализ // Экономика региона. 2010. № 3. С. 34-42.

Носова Т.А.

Магистрант

Тюменский государственный университет

г.Тюмень, Россия

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Для современного этапа развития экономики России характерно усиление конкуренции и возрастающее влияние инновационной деятельности на темпы экономического роста. На мировом рынке продукты интеллектуального труда имеют более высокую стоимость по сравнению с другими видами продукции. Рынок диктует необходимость создания условий для широкого использования нововведений, усиления инновационной активности в связи с его открытостью и ужесточением конкуренции.

Под конкурентоспособностью региона прежде всего следует понимать наличие и реализацию конкурентного потенциала данного региона. При этом конкурентный потенциал является многоплановым и формируется как многообразные характеристики возможности участия региона в конкурентных отношениях, как между регионами, так и в общегосударственных конкурентных отношениях, взаимодействуя с другими странами мира. Конкурентоспособность региона описывается такими характеристиками, как конкурентные преимущества региона в самых различных сферах и отраслях экономики и социальной сфере, условия существования региона (климат, географическое положение), наличие природных богатств, интеллектуальный уровень развития населения.

Конкурентоспособность как экономическое явление — сложный, многоуровневый и противоречивый процесс, содержащий как объективные, так и субъективные признаки общественных отношений.

Необходимо отметить, что в настоящее время конкурентоспособность экономики региона, а также вопросы, связанные непосредственно с ее повышением, все в большей степени зависят от способности региона активно формировать и задействовать инновационный потенциал. Инновационное развитие региона выступает одним из факторов его конкурентоспособности.

Инновации, как фактор повышения конкурентоспособности, представляют конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта на фундаментальном уровне, который используется для дальнейшей реализации в практической деятельности, а также - это результат внедрения инновационных разработок на рынке, то есть изобретение, доведенное до стадии коммерческого использования - продукта или товара, когда оно начинает давать экономический эффект[1].

Инновационной конкурентоспособность региона определяется как его способность к обеспечению сильных конкурентных позиций за счет инновационного развития, направленного на достижение устойчивого экономического роста и повышение качества жизни населения региона.

Инновационный потенциал региона представляет собой совокупность интеллектуальных, материально-технических, информационных и других ресурсов, предназначенных для собственного развития, что открывает возможности для появления инновационной восприимчивости и активности. Он предстает в виде научно-исследовательских, проектно-конструкторских, технологических организаций, экспериментальных производств, опытных полигонов, учебных заведений, персонала и технических средств этих организаций.

Повышение внимания к инновационному направлению в конкурентной борьбе закономерно ставит вопросы разработки и создания эффективного механизма управления инновационной конкурентоспособностью регионов, особое место в котором занимает определение факторов инновационной конкурентоспособности:

1. Инновационная политика региона. Инновационная политика, как правило, реализуется в виде конкретных направлений, стратегий и программ, обозначая приоритеты повышения инновационной конкурентоспособности региона.
2. Формирование в субъектах Российской Федерации эффективной инновационной инфраструктуры. Для обеспечения инновационной конкурентоспособности на региональном уровне важнейшей задачей является создание и развитие широкой сети предприятий, учреждений и организаций, непосредственно участвующих в инновационном процессе или обслуживающих этот процесс, заполняя свободные ниши рынка инноваций.
3. Государственная поддержка научно-технической и инновационной деятельности. Государственная поддержка научно-технической и инновационной сфер как необходимое условие эффективного формирования инновационной конкурентоспособности региона наиболее востребована по следующим основным направлениям: система государственных заказов; развитие законодательной базы в сфере инновационной деятельности; мониторинг и прогнозирование НТП; государственно-частное партнерство; бюджетная поддержка инновационной деятельности.
4. Реструктуризация регионального научно-технического комплекса. Российский научно-технический комплекс сформировался еще в советское время и для повышения региональной инновационной конкурентоспособности нуждается в эффективной реорганизации.
5. Инвестиционная активность в регионе. Уровень инвестиционной активности определяет темпы развития региональной экономики, ее конкурентоспособность в целом и конкурентоспособность отдельных отраслей и предприятий.
6. Кадровые ресурсы. Инновационная конкурентоспособность региона напрямую зависит от обеспеченности предприятий региона высококвалифицированными специалистами, владеющими практическими навыками инновационного предпринимательства и способными к поиску оптимальных способов решения задач в инновационной сфере.

7. Формирование рынка высокотехнологичной продукции. Низкий спрос на инновации отечественных товаропроизводителей - одна из главных причин медленного формирования в России современной конкурентоспособной экономики, основанной на знаниях и инновациях.

8. Повышение инновационной активности промышленных предприятий. Важнейшей целью инноваций в промышленности по-прежнему остается укрепление конкурентной позиции. Удельный вес инновационно активных предприятий, для которых повышение конкурентоспособности продукции является приоритетной целью инновационной деятельности, оказывает непосредственное влияние на конкурентоспособность региона.

9. Региональные инновационно-промышленные кластеры. Формирование региональных инновационно-промышленных кластеров позволяет сконцентрировать в регионах определенные производства в соответствии с отраслевой специализацией. Локальная близость всех стадий жизненного цикла товара является значимым конкурентным преимуществом как для товара, так и для региона в целом.

Инновационное развитие региона как важнейшее условие его конкурентоспособности предполагает взаимосвязанное становление научно-технической, производственной, финансовой, социальной деятельности в условиях новой институциональной среды. Повышение инновационной конкурентоспособности региона невозможно без определения и уточнения на основе долгосрочных экономических и научно-технических прогнозов государственных инновационных приоритетов и закрепления их в нормативных документах и инновационных программах, государственной поддержки базисных инноваций - прямой (бюджетные ассигнования на безвозвратной и возвратной основах) и косвенной (налоговые и таможенные льготы, поддержка инновационного предпринимательства, формирование инновационной инфраструктуры), создания действенного механизма правовой защиты интеллектуальной собственности и законодательной базы инновационной деятельности, подготовки

инновационных менеджеров и т.п[2].

Таким образом, необходимо отметить что инновации являются важным фактором повышения конкурентоспособности экономики региона. Именно инновации создают новые знания, новые продукты и технологии, услуги, повышают квалификацию кадров и создают новые формы организации производства, что, в свою очередь, приводит к формированию конкурентных преимуществ региона и способствует повышению уровня его конкурентоспособности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гунин В. Н. Управление инновациями/ В. Н. Гунин. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 328 с.

2. Егоров Н.Е. Инновационное развитие экономики региона на основе кластерного подхода. - СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2013. - С.27.

Петров Ю.В.

К.Г.Н.,

доцент кафедры социально-экономической географии и природопользования,
ФГАОУ «Тюменский государственный университет»,
г. Тюмень, Россия

РАЗРАБОТКА ПОРТАЛА ПРОСТРАНСТВЕННЫХ ДАННЫХ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Современное государственное и муниципальное управление в России предполагает оперирование значительными объемами многогранной информации, что необходимо в условиях существующих просторов и накопленного багажа узловых проблем. Зачастую, отсутствие достоверной пространственной, комплексной информации порождает возникновение новых противоречий, требующих длительного досудебного и судебного разбирательства. Проблема «достоверности кадастров» [1] отмечается на самом верхнем уровне, так как наличие отдельных практических прецедентов имеет широкий общественный резонанс. Изменение часовых поясов, выделение дальневосточного гектара, переход на кадастровую оценку жилья – это лишь отдельные неудачные в реализации примеры редукционистского мышления в угоду отдельным показателям. И на этом фоне инициатива по созданию единого портала пространственных данных выглядит адекватным ответом на пороге четвертой технологической революции [2]. И даже столь популярная «цифровая экономика» сегодня представляется надстройкой на песке при отсутствии должного пространственного обеспечения.

Вместе с тем, необходимо отметить, что разработка и внедрение портала пространственных данных не должны осуществляться аналогично внедрению государственных информационных систем, т.е. с акцентом на техническое функциональное обеспечение под конкретную текущую задачу, без приведения существующего массива данных под запросы потребителей, либо с

директивным выделением новых форматов отчетности. Неудачный опыт создания государственной информационной системы жилищно-коммунального хозяйства (ГИС ЖКХ), топливно-энергетического комплекса (ГИС ТЭК), единой государственной автоматизированной информационной системы (ЕГАИС), особо охраняемых природных территорий (ГИС ООПТ) и многих других дает почву для формирования концептуально иного подхода в работе с пространственными данными.

Перечислим, на наш взгляд, требования к данным портала пространственных данных:

- легитимный единственный источник, выступающий гарантированным поставщиком документально верифицируемых данных на основе действующей нормативной правовой базы: каждый пространственный контур и связанная с ним атрибутивная запись имеет свои Фамилию, Имя и Отчество в лице ответственного исполнителя уполномоченного органа;
- заданная нормативными правовыми документами актуальность данных легитимного источника;
- стандартизированная полнота атрибутивного содержания;
- корректность данных, основанная на внедрении контроля качества, сформулированного на основе автономного альтернативного верифицированного построения векторной информации.

Отдельно необходимо отметить насущную потребность внедрения перекрестного сопоставления пространственной информации, как по смежным объектам, так и по внутренним структурным единицам. Показательный пример – сопоставление границ смежных субъектов РФ и ее структурных частей – муниципальных районов и городских округов, а также городских и сельских поселений, межселенной территории – как внутренних единиц составных частей. Если взять текущую ситуацию по сопоставлению границ Тюменской области, то здесь сразу возникает несколько групп разночтений:

- несоответствие границ на публичной кадастровой карте Росреестра [3] между Тюменской и Омской областями (так как первая детализировала границу по

контуру реки, а вторая – посредством соединения угловых характерных точек прямой): в результате сформированы 2 границы 2 регионов с наличием взаимных пересечений и буферных зон в различных источниках делимитации;

- несоответствие границ на публичной кадастровой карте Росреестра у анклавов Тюменской области в Свердловской и Омской областях, а также вкраплений Омской области в Абатском районе Тюменской области;
- наличие пересечений внешних границ региона с границами составляющих его муниципальных районов и городских округов, а также пересечение границами сельских поселений границ муниципальных районов и границ Тюменской области.

Важно отметить, что на основе пространственного представления контуров региональных и муниципальных границ формируются контуры и координатное описание большинства объектов социальной и производственной инфраструктуры: лицензионные участки, арендованные площади, инфраструктурные линии, ООПТ и т.д. В результате, официально подтверждено уполномоченными органами возникновение проблем из-за некорректности формирования пространственного представления тобольских заказников, уватских лицензионных участков на углеводородное сырье, уватских рыбопромысловых и рыбоводных участков, сладковских населенных пунктов...

Важным аспектом при внедрении портала пространственных данных является разрешение проблем по ограничению доступа на использование материалов. Например, снятие грифа «для служебного пользования» с материалов землеустройства при определении границ муниципальных образований. Сегодня, к сожалению, нет однозначного понимания причины ограничения доступа общественности к описанию региональных и муниципальных границ, которые не могут потенциально не могут повлечь нанесение ущерба интересам обороноспособности страны. Вместе с тем, из-за ограниченности достоверного ресурса по границам, возникают альтернативное пространственное

представление, которое служит источником формирования легитимных производных информационных ресурсов.

В заключение, подчеркнем наличие экономического, социального и экологического эффектов от внедрения единого портала пространственных данных на государственном уровне. Это заключается, в том числе, в достоверности информации для предпринимательского сообщества, соответственно, повышается инвестиционная привлекательность. Поэтому, акцент на организации процесса рекомендуется использовать лейтмотивом при разработке портала пространственных данных, а не его технологическую, либо функциональную составляющие.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Стенограмма "Прямой линии" с Владимиром Путиным 2017 // <https://rg.ru/2017/06/15/stenogramma-priamoj-linii-s-vladimirom-putinyim-2017.html>. Дата последнего посещения: 27.08.2017.
2. 4-я промышленная революция в Давосе // <http://expert.ru/2016/01/21/chetvertaya-promyishlennaya-revolyutsiya/> Дата последнего посещения: 27.08.2017.
3. Публичная кадастровая карта // <http://pkk5.ru/> Дата последнего посещения: 27.08.2017.

Петров Ю.В.

директор департамента баз данных
НАО «Сибирский научно-аналитический центр,
г. Тюмень, Россия

ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ ПУБЛИЧНОГО ДОСТУПА

В Понятийно-терминологическом словаре социально-экономической географии Э.Б. Алаевым [1] дано в краткой форме определение географического пространства: географическое пространство (геопространство) – совокупность отношений между геообъектами, расположенными на конкретной территории (геотории) и развивающимися во времени. Несмотря на то, что десятилетие спустя отечественной плановой экономикой, а вместе с ней и разработками социально-экономической географии по комплексному территориальному обустройству пространства, было решено пожертвовать в угоду рынку с его всемогущей «невидимой рукой А. Смита», зарубежный мир, что капиталистический, что социалистический, внедрил в практику геопространственное управление. Планирование развития территории во времени заняло свою нишу и в ландшафтном планировании ФРГ, с одной стороны, и в программе пятилеток Поднебесной – с другой. И в основе процесса управления, как циклической совокупности планирования, организации, мотивации и контроля [2], находится инвестиционная привлекательность, как соотношение инвестиционного потенциала, инвестиционного климата и инвестиционных рисков.

Поведение гармоничного человека [3] определяется в соответствии с иерархией побуждений и потребностей, 2 позицией в которой основатель содержательной теории А. Маслоу указал «потребности в безопасности и уверенности в будущем» [4]. Соответственно, для предпринимательского сообщества под эту категорию подпадает страхование инвестиционных рисков.

Формирование инвестиционных рисков происходит внутри определенной территориальной общественной системы [5], которая характеризуется единством не только социальных, экономических, экологических интересов, но и культурных, моральных, психологических черт. На примере Тюменской области можно выделить такие образования в границах одного муниципального района, например, в Уватском районе представлено традиционное природопользование коренных малочисленных народов Севера с сохранившимся укладом [6], который обязан быть дополнительно учтен инвестором.

Таким образом, географическое представление инвестиционных рисков эффективно при выделении дискретных территориальных общественных систем, задании временных стратегических ориентиров развития для определенных геообъектов. Технологичным решением для данной задачи могут служить банки данных, под которыми понимается «высокоразвитая система на базе ЭВМ, обеспечивающая сбор, анализ, обработку, хранение и выдачу в требуемые сроки всей необходимой информации» [7]. Еще в 1973 г. Х. Байнхауэр и Э. Шмакке [8] включили в список 10 узловых проблем будущего «активизацию деятельности систем сбора информации». К сожалению, если сегодня в зарубежных странах мы видим яркие примеры реализации таких банков данных, то в России – на 2017 г. На самом верхнем уровне государственного управления происходит сатисфакция фиаско деятельности многочисленных управленческих структур: «Проблема главная заключается в том, что нет нормального кадастра» [9]. И поэтому, при планировании повестки на 2050-2100 гг., приходится ставить задачи по корректировке сведений различных государственных информационных систем, а не по их использованию в мейнстриме: цифровая экономика и 4 промышленная революция [10].

Непосредственно в Тюменской области геопредставление инвестиционных рисков может быть реализовано по следующим направлениям:

1 экологические (здесь мы рассматриваем природопользование в широком понимании – это, в первую очередь, использование содержащейся в природе информации для конструирования технологических процессов и управления социальными отношениями [11]):

- единые контуры границ особо охраняемых природных территорий и их охранных зон (федеральные, региональные, местные), сопоставленные с границами муниципалитетов. Как в пространственном, так и в семантическом отношении (например, построенные по координатам паспорта границы Тобольского заказника оказались частично на территории Уватского района, хотя в паспорте ООПТ указано местоположение только в границах Тобольского района);

- представление фоновых показателей по измеряемым на постах показателям. Органы государственной власти и местного самоуправления при формировании инвестиционных проектов изначально должны иметь возможность довести до общественности информацию по природному превышению в геообъектах тех или иных поллютантов, например, для Тюменской области показательным является повышенное содержание железа.

2 социальные:

- контуры функционального зонирования территорий традиционного природопользования коренных малочисленных народов Севера (14 стойбищ проходят в отчетности на территории Уватского района Тюменской области, но при этом нет информации об их конкретном местоположении, как и нет, соответственно, функциональных зон);

- границы муниципальных образований и всех населенных пунктов с результатами их функционального зонирования. Например, из 1236 населенных пунктов даже на уровне описания их координат для точечного представления, представленного в Государственном каталоге географических названий Тюменской области на 10.08.2017 [12] у 3 населенных пунктов координаты выходят за пределы указанных муниципалитетов, у 7 населенных пунктов

точки имеют одинаковые координаты (т.е. не соответствуют ситуации на местности).

3 экономические

- контуры инвестиционных площадок, предоставляемых гарантий, налоговых льгот и сопровождения;

- контуры земельных участков и сервитутов с ними связанных.

В заключение необходимо отметить, что геоинформация по инвестиционным рискам имеет ценность в публичной сфере лишь тогда, когда она обеспечивает экономию времени на ее сбор, обработку, систематизацию и разработку превентивных мероприятий по их страхованию, а также, если есть гарантия ее соответствия основным требованиям. Их можно представить в формате следующих характеристик: легитимность, актуальность, корректность, полнота. И именно только такой подход в основе формирования инвестиционной привлекательности пространства позволяет обеспечить эффективное сбалансированное взаимодействие между органами власти, предпринимательским сообществом и населением, что и обеспечивает наилучшую форму демократического соуправления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алаев Э.Б. Социально-экономическая география: Понятийно-терминологический словарь. М.: Мысль, 1983. 350 с.
2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 1992. 702 с.
3. Гумилев Л.Н. Этносфера: История людей и история природы. М.: Экопрос, 1993. 544 с.
4. Хаггетт П. География: синтез современных знаний. М.: Прогресс, 1979. 684 с.

5. Шарыгин М.Д. Пространственно-временная парадигма в общественной географии. // Пространственная организация Пермского края и сопредельных территорий. Кн. 1. Пермь: Изд-во Пермского госуниверситета, 2008. С. 3-8.
6. Петров Ю.В. Стратегическое комплексирование традиционного природопользования КМНС и технологической экономики для устойчивого развития сургутской территориальной общественной системы. // Культура и образование. Январь 2014. №1. Электронный ресурс.
7. Коссов В.В. Послесловие. // Мир в 2000 году. Свод международных прогнозов. М.: Прогресс, 1973. С. 222-237.
8. Beinhauer Н.Н., Schmacke E. Fahrplan in die Zukunft. Digest internationaler Prognosen. Droste Verlag Duesseldorf, 1973. 240 s.
9. Стенограмма "Прямой линии" с Владимиром Путиным 2017. Российская газета. <https://rg.ru/2017/06/15/stenogramma-priamoj-linii-s-vladimirom-putinym-2017.html>. Дата последнего посещения: 20.10.2017.
10. 4-я промышленная революция в Давосе // Эксперт-Online. <http://expert.ru/2016/01/21/chetvertaya-promyishlennaya-revoljutsiya/> Дата последнего посещения: 20.10.2017.
11. Осипов В.А. Социально-экономические проблемы управления природопользованием. Концептуальный аспект. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 1999. 248 с.
12. Реестр наименований географических объектов на территорию Тюменской области по состоянию на 10.08.2017. Официальный портал Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии. https://rosreestr.ru/upload/Doc/19-upr/Тюменская%20область_202нп.zip. Дата последнего посещения: 20.10.2017.

Покровская Н.В.,

к.э.н.,

доцент кафедры теории кредита и финансового менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета,
г. Санкт-Петербург, Россия

Баннова К.А.,

к.э.н.,

ассистент кафедры менеджмента Национального исследовательского Томского политехнического университета,
г. Томск, Россия

ОЦЕНКА НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА: ПОСЛЕДСТВИЯ СОЗДАНИЯ КОНСОЛИДИРОВАННЫХ ГРУПП НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ *

* Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФФИ научного проекта №16–36–00184.

Налоговый потенциал региона и адекватная методика его оценки имеют принципиальное значение для проведения взвешенной региональной политики, справедливого финансового выравнивания и определения направлений социально-экономического развития территории. Существуют различные способы оценки налогового потенциала, в том числе методы, основывающиеся на показателях экономического дохода, на показателях налоговых баз, на данных о фактических налоговых поступлениях и их корректировке [см. подробнее 2; 1; 8]. При многообразии подходов к расчету налогового потенциала сохраняется проблема его слабой прогностической способности и существенных отклонений от фактических налоговых поступлений. Важной причиной данных расхождений в части потенциала по налогу на прибыль

является уплата налога в рамках консолидированной группы налогоплательщиков, создание которых обострило сложности с прогнозированием налоговых доходов бюджетов отдельных регионов. Согласимся, что внесенные изменения в порядок расчета оценки налогового потенциала по налогу на прибыль организаций от участников консолидированной группы налогоплательщиков в части использования налогооблагаемой базы по данной категории из статической отчетности и применения к ним темпа роста прибыли прибыльных предприятий по России, помогают лишь решить проблему оценки налогового потенциала участников КГН [5], а не регионов их расположения.

Несмотря на введенный с 2015 г. мораторий на создание новых и расширение состава зарегистрированных ранее консолидированных групп налогоплательщиков, сохраняется проблема нестабильности распределения поступлений по налогу на прибыль по территориям. По данным об исполнении консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации в 2016 г. Федерального казначейства РФ, доля налога на прибыль, уплаченного КГН, в общих поступлениях по налогу на прибыль, была менее 5% в 27 субъектах федерации, от 5% до 10% – в 10 субъектах, от 10% до 20% – в 19 субъектах, от 20% до 30% – в 8 субъектах; в 11 субъектах федерации указанное соотношение превышало 30% и составляло 64% в Еврейской автономной области, 60% в Ненецкой и Липецкой областях, 49% в Ямало-Ненецкой автономной области, 42% в Ханты-Мансийском автономном округе, 40% в республике Калмыкия.

Основная причина сложности учета консолидации по налогу на прибыль при оценке налогового потенциала заключается в процедуре разделения налоговой базы группы между ее участниками, находящимися в разных субъектах федерации [3]. Соответствующая формула предполагает ситуацию, при которой наибольшая сумма исчисленного налога должна уплачиваться в бюджеты тех регионов, где создано большее число рабочих мест и находится производственная база [7] и в целом соответствует принципу эквивалентности услуг [6]. Анализ данных формы №5-КГН ФНС России с 2012 г. по первое

полугодие 2017 г. показывает, что наибольшие изменения в распределении налоговой базы КГН между субъектами федерации происходили в 2013 г., что связано с активным созданием новых групп; при этом с объявления моратория, а особенно с 2016 г., изменения не превышают 1% и в большинстве субъектов составляют менее 0,1% (см. табл. 1).

Таблица 1.

Распределение субъектов федерации по изменению его доли в общей налоговой базе КГН

Изменение доли субъекта федерации в общей налоговой базе КГН по сравнению с предыдущим годом, в %	2013 к 2012	2014 к 2013	2015 к 2014	2 016 к 2015	Первое полугодие 2017 к 2016
До 0,1%	38	50	64	56	69
От 0,1% до 0,5%	25	25	14	24	14
От 0,5% до 1%	8	3	2	2	0
От 1% до 1,5%	4	3	0	1	0
От 1,5% до 2%	1	0	0	0	0
От 2% до 2,5%	0	1	1	0	0
От 2,5% до 3%	2	1	1	0	0
От 3% до 3,5%	2	0	1	0	0
От 3,55 до 4%	1	0	0	0	0
свыше 4%	2	0	0	0	0

Источник: данные Формы №5-КГН ФНС России

Вместе с тем, при включении в рассмотрение не только процентного распределения налоговой базы, но и показателей изменения величины исчисленного налога от КГН в абсолютном выражении (табл. 2), можно прийти к почти противоположенным выводам – о росте изменчивости величины налоговых поступлений от консолидированных групп налогоплательщиков. Схожие выводы можно сделать и при анализе поступлений по налогу на прибыль, передаваемым в местные бюджеты [4].

Важно осознавать, что проблема высокой изменчивости поступлений по налогу на прибыль от КГН и необходимости ее адекватного учета при оценке налогового потенциала региона сохраняются и на кажущемся более стабильном этапе нерасширения консолидированных групп налогоплательщиков с 2015 г.

Таблица 2.

**Распределение субъектов федерации по изменению налога на прибыль,
исчисленного по КГН**

Изменение налога на прибыль, исчисленного по КГН, по сравнению с предыдущим годом, в %	2013 2012 к	2014 2013 к	2015 2014 к	2016 2015 к
До 10%	24	11	21	8
От 10% до 50%	40	37	46	32
От 50% до 100%	6	29	14	20
От 100% до 150%	2	3	1	7
От 150% до 200%	4	1	1	3
От 200% до 250%	1	1	0	5
От 250% до 300%	2	0	0	2
От 300% до 350%	0	0	0	0
От 350% до 400%	0	0	0	1
От 400% до 450%	1	0	0	2
свыше 500%	3	1	0	3

Источник: данные Формы №5-КГН ФНС России

Предлагаемые Министерством финансов изменения подхода к формированию консолидированной налоговой базы группы налогоплательщиков в виде ограничения суммы уменьшения налоговой базы КГН, формируемой прибыльными участниками, на сумму убытка, полученного убыточными участниками КГН, важно дополнить коррективами в порядок распределения налога на прибыль организаций для уплаты в бюджеты субъектов Российской Федерации по месту нахождения участников КГН и их подразделений, а также большим раскрытием информации об участниках консолидированных групп налогоплательщиков, для корректной оценки налогового потенциала территории.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Иванов В.В. Методологические аспекты оценки налоговой дисциплины // Экономика. Налоги. Право. – 2014. – № 3. – С. 89-92.

2. Игони́на Л.Л., Кусраева Д.Э. О методиках оценки налогового потенциала региона-субъекта РФ // *Terra economicus*. – 2009. – №7. – С. 197-201.
3. Королева Л.П. Роль консолидированной группы налогоплательщиков в обеспечении инновационного прорыва: быть или не быть // *Journal of Tax Reform*. – 2015. – Вып. 1., № 2-3. – С. 177–193
4. Покровская Н.В. Разделение поступлений по налогу на прибыль организаций между региональными и местными бюджетами в Российской Федерации // *Инновационное развитие экономики*. – 2016. – №3-1 (33) . – С. 235-239.
5. Рощупкина В.В. Современные проблемы прогнозирования потенциала субъекта федерации по налогу на прибыль организаций с учетом крупнейших и консолидированных групп налогоплательщиков // *Финансовая аналитика: проблемы и решения*. – 2016. – №12. – С. 12-20
6. Салина Н. В. Принцип эквивалентности услуг в местных финансах // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 5, Экономика*. – 2011. – Вып. 4. – С. 99-106.
7. Троянская М. А., Ермакова Е. А. Консолидированная группа налогоплательщиков: сочетание интересов государства и налогоплательщиков // *Экономическое возрождение России*. – 2015. – № 1 (43) . – С. 56-64.
8. Ivanov V.V., Pokrovskaja N.V., Lvova N.A. Tax potential of a state: development factors / *Proceedings of the 5th International Conference on Accounting, Auditing, and Taxation (ICAAT 2016)* / Ed. Prof. Jaan Alver. – P. 139 – 145.

Пузынина А.А.

магистрант группы 36Эм154-з

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»,

г. Тюмень, Россия

Иванова С.А., научный руководитель

к.э.н.,

доцент кафедры экономической теории и прикладной экономики,

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Производство продуктов в сельском хозяйстве играет важную социально-экономическую роль в развитии Тюменской области, поскольку на предприятиях АПК занято свыше 70 тыс. человек. Этот вид деятельности обеспечивает стабильность потребительского продовольственного рынка и общую социально-экономическую устойчивость региона.

Несмотря на достаточно динамичное развитие сельского хозяйства на территории Тюменской области, в данной сфере существует ряд проблем, сдерживающих его развитие (рис. 1) [3].

Проблемы в сельском хозяйстве, как правило решаются на уровне федерального Правительства и Правительства Тюменской области.

В частности, разработана и утверждена государственная программа Тюменской области «Основные направления развития агропромышленного комплекса» на 2013 - 2020 годы».

Согласно Постановлению Правительства Тюменской области от 30.12.2014 г. №699-п «Об утверждении государственной программы Тюменской области «Основные направления развития агропромышленного комплекса» на 2013-

2020 годы» за период 2013-2020 годов планируется достичь следующих результатов:



Рисунок 1 – Проблемы развития сельского хозяйства в Тюменской области

Источник: [составлено автором]

-увеличение производства продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий (в сопоставимых ценах) на 7,4%;

-обеспечения средней рентабельности сельскохозяйственных организаций (с учетом субсидий) на уровне 21%;

-увеличения заработной платы работников сельскохозяйственных организаций (без субъектов малого предпринимательства) - в 1,7 раза;

-ввод (приобретение) жилья для молодых семей и молодых

специалистов - 98 276,5 кв. м;

-создание новых рабочих мест для организаций агропромышленного комплекса - 4 331 место;

-повышение уровня социально-инженерного обустройства в сельской местности - ввод в действие распределительных газовых сетей - 44,5 км;

-ввод в действие учреждений культурно-досугового типа на 1 100 мест;

-ввод в эксплуатацию 4,72 км автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием;

-повышение общественной значимости развития сельских территорий в общенациональных интересах и привлекательности сельской местности для комфортного проживания и приложения труда;

-ввод в эксплуатацию 1,7 тыс. гектаров мелиорируемых земель за счет строительства новых мелиоративных систем, включая мелиоративные системы общего и индивидуального пользования [2].

При этом объемы финансирования на 2017-2020 годы предусмотрены в следующих размерах (рис. 2).

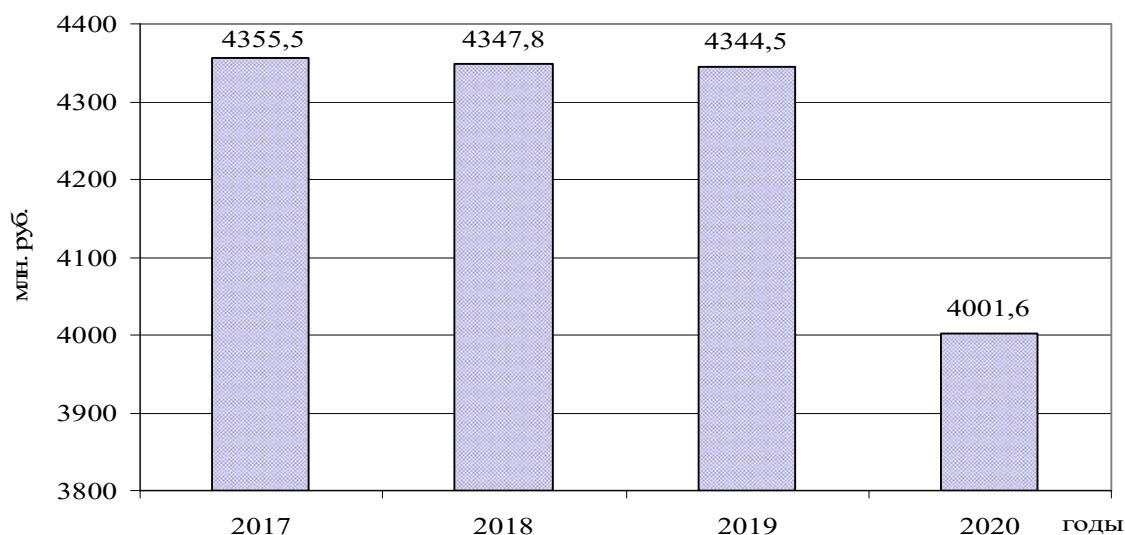


Рисунок 2 – Объемы финансирования развития сельского хозяйства в Тюменской области на 2017-2020 годы за счет бюджетных средств

Источник: [2]

На протяжении 2017-2019 годов планируется сохранить объем финансирования развития сельского хозяйства на одном уровне и в 2020 году

незначительно снизить - перевести на самоокупаемость предприятий сельского хозяйства.

Достижение экономического эффекта в ближайшие годы находится в прямой зависимости от приоритетов бюджетной политики Правительства Тюменской области, в частности:

- стимулирования роста производства основных видов сельскохозяйственной продукции;

- создания условий для сохранения и восстановления плодородия почв, повышения эффективности использования земельных ресурсов, развитие мелиорации сельскохозяйственных земель;

- повышение уровня рентабельности сельскохозяйственного производства;

- поддержки создания и развития малых форм хозяйствования;

- создания условий для диверсификации сельской экономики, повышения занятости, уровня и качества жизни сельского населения;

- стимулирования инвестиционной деятельности и инновационного развития агропромышленного комплекса;

- улучшения кадрового обеспечения агропромышленного комплекса.

В связи с вышеизложенным, для повышения эффективности государственного регулирования сельского хозяйства в Тюменской области следует проводить ежегодный мониторинг результатов работы предприятий АПК, в системе обязательного страхования необходимо учитывать такой вид риска, как утрата и (или) порча сельскохозяйственной техники, использовать методику расчета страховой стоимости отдельной сельскохозяйственной культуры путем использования гарантированных цен, рассчитываемых на основе средней себестоимости продукции, сложившейся по Тюменской области за предшествующий страхованию год, и нормы рентабельности сельского хозяйства [4].

Таким образом, по нашему мнению, с целью совершенствования государственной поддержки сельхозтоваропроизводителей в Тюменской области рекомендуется:

1). Разработка региональной Программы государственной поддержки доходов сельскохозяйственных предприятий, направления которой могут быть дифференцированы для АПК различных административных районов в зависимости от степени их неблагополучия;

2). Организация конкурсного отбора для участия в Программе государственной поддержки доходов сельскохозяйственных предприятий, включающего анализ проекта развития предприятия с использованием средств государственной поддержки;

3). Формирование специальной системы программных мероприятий государственной поддержки для малых форм хозяйствования на региональном и муниципальном уровнях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Закон Тюменской области от 28.12.2004 г. №305-ФЗ «О государственной поддержке сельскохозяйственного производства в Тюменской области». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document> (дата обращения: 16.10.2017)
2. Постановление Правительства Тюменской области от 30.12.2014 г. №699-п «Об утверждении государственной программы Тюменской области «Основные направления развития агропромышленного комплекса» на 2013 - 2020 годы». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document> (дата обращения: 16.10.2017)
3. Олешко М.С., Данильченко М.А. Государственная поддержка АПК в Тюменской области / М.С. Олешко, М.А. Данильченко // Экономика и социум. - 2016. - №6(25).
4. Петрова, С. Ю. Система государственной поддержки сельского хозяйства в современных условиях / С.Ю. Петрова, О.А. Фролова, Е.А. Бессонова // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. - 2013. - №8. - С.28-31.

Стовба Е.В.

к.э.н., доцент,

доцент кафедры информатики и экономики

Бирского филиала ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»

г. Бирск, Россия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ КОМПЛЕКСЕ РЕГИОНА *

** Исследования выполнены при финансовой поддержке РФФИ и Республики Башкортостан в рамках научно-исследовательского проекта «Разработка стратегии импортозамещения в агропродовольственном комплексе Республики Башкортостан в условиях экономических санкций», проект № 16-12-02004 а/У.*

В настоящее время импортозамещение является ключевым фактором достижения продовольственной безопасности, одной из наиболее эффективных стратегий роста аграрной экономики Российской Федерации. Основной целью реализации стратегии импортозамещения в агропродовольственном комплексе является замещение импортных продуктов питания на внутреннем рынке продукцией отечественного производства. Как подчеркивает академик А.И. Алтухов, ускоренное импортозамещение должно стать одним из основных направлений государственной аграрной политики [1, с. 4].

При разработке стратегии импортозамещения ключевое значение имеет выработка условий по достижению продовольственной безопасности и разработке прогнозов развития агропродовольственного комплекса на уровне субъектов Российской Федерации [2, 3]. На наш взгляд для проектирования стратегии импортозамещения в агропродовольственном комплексе региона

необходимо в большей степени использовать такой эффективный инструмент прикладных экономических исследований, как прогнозирование.

Практическая ориентация прогнозирования повышает требования к эффективности и обоснованности составляемых методических подходов по формированию стратегии импортозамещения в агропродовольственном комплексе региона, их применимости в процессах принятия управленческих решений. Преимуществом данного метода является то, что его применение помогает заменить интуицию и субъективное мнение специалиста точной оценкой причин и следствий, позволяет выделить траекторию устойчивого развития рассматриваемых объектов. Использование прогнозирования позволяет обеспечить учет влияния процессов импортозамещения на эффективное функционирование агропродовольственного комплекса региона.

На примере Республики Башкортостан нами рассчитаны коэффициенты удовлетворения душевой потребности населения региона продуктами питания с учетом научно обоснованных норм питания (табл. 1).

Таблица 1

Коэффициенты удовлетворения душевой потребности населения
Республики Башкортостан продуктами питания в 1995-2015 гг.
с учетом научно-обоснованных норм питания

Продукты питания	Годы								
	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Нормы Минздрава РФ									
Картофель	1,24	1,12	1,61	0,92	1,34	1,10	1,16	1,18	1,19
Овощи	0,41	0,47	0,51	0,60	0,68	0,69	0,72	0,73	0,74
Молоко и молочные продукты	0,96	0,87	1,13	1,04	0,96	0,97	0,97	0,98	0,98
Мясо и мясопродукты	0,97	0,80	0,90	1,10	1,09	1,07	1,10	1,10	1,10
Яйца	1,02	0,87	1,05	1,18	1,15	1,15	1,14	1,14	1,13
Нормы прожиточного минимума									
Картофель	1,18	1,06	1,52	0,87	1,23	1,05	1,09	1,12	1,14
Овощи	0,43	0,49	0,53	0,63	0,72	0,72	0,76	0,77	0,79
Молоко и молочные продукты	1,06	0,96	1,25	1,14	1,06	1,08	1,08	1,09	1,10
Мясо и мясопродукты	1,16	0,96	1,08	1,31	1,30	1,28	1,31	1,31	1,31
Яйца	1,26	1,07	1,30	1,46	1,42	1,42	1,41	1,41	1,40

За период с 2012 по 2015 гг. наблюдается рост показателей удовлетворения душевой потребности населения республики картофелем, овощами, молоком и молочными продуктами, мясом и мясопродуктами, рассчитанных с учетом научно-обоснованных норм питания. При сравнении рациональных норм питания коэффициент удовлетворения душевой потребности населения региона картофелем в 2015 г. по отношению к фактически достигнутому уровню 1995 г. в процентном отношении составил 95-96 %, овощами – 180-184 %, молоком и молочными продуктами - 102-104 %, мясом и мясопродуктами - 113 %, яйцами - 111 %.

Для перспективной оценки коэффициентов удовлетворения душевой потребности населения региона основными видами продуктов питания в соответствии с рекомендациями Минздрава РФ и нормами прожиточного минимума нами рассчитаны многофакторные модели (табл. 2).

Таблица 2

Уравнения регрессии для оценки коэффициентов удовлетворения душевой потребности населения Республики Башкортостан продуктами питания в соответствии с научно-обоснованными нормами питания

Продукты питания	Уравнения регрессии
Нормы Минздрава РФ	
Картофель	$\hat{y} = 0,99 + 0,01x_1 - 0,01x_2 - 0,001x_3 + 0,14x_4 - 7,7x_5 - 0,01x_6$ (R = 0,79; D = 0,64)
Овощи	$\hat{y} = 0,29 + 0,01x_1 + 0,01x_2 - 0,002x_3 + 0,004x_4 - 28,53x_5 - 0,001x_6$ (R = 0,97; D = 0,94)
Молоко и молочные продукты	$\hat{y} = 0,15 + 0,003x_1 + 0,002x_2 - 0,003x_3 - 0,002x_4 + 0,001x_7 - 0,001x_9$ (R = 0,95; D = 0,90)
Мясо и мясопродукты	$\hat{y} = 0,26 + 0,01x_1 + 0,004x_2 + 0,06x_3 - 0,002x_4 - 0,51x_7 + 0,004x_8$ (R = 0,96; D = 0,93)
Яйца	$\hat{y} = - 0,02 + 0,003x_1 + 0,004x_2 - 0,01x_3 - 0,003x_4 + 0,03x_7 + 0,001x_{10}$ (R = 0,97; D = 0,94)
Нормы прожиточного минимума	
Картофель	$\hat{y} = 0,93 + 0,01x_1 - 0,01x_2 - 0,001x_3 + 0,13x_4 - 7,3x_5 - 0,01x_6$ (R = 0,79; D = 0,64)
Овощи	$\hat{y} = 0,29 + 0,01x_1 + 0,01x_2 - 0,002x_3 + 0,004x_4 - 29,88x_5 - 0,001x_6$ (R = 0,97; D = 0,94)
Молоко и молочные продукты	$\hat{y} = 0,17 + 0,003x_1 + 0,002x_2 - 0,003x_3 - 0,002x_4 + 0,001x_7 - 0,001x_9$ (R = 0,95; D = 0,90)
Мясо и мясопродукты	$\hat{y} = 0,31 + 0,01x_1 + 0,004x_2 + 0,07x_3 - 0,002x_4 - 0,61x_7 + 0,005x_8$ (R = 0,96; D = 0,93)
Яйца	$\hat{y} = - 0,03 + 0,003x_1 + 0,006x_2 - 0,01x_3 - 0,004x_4 + 0,04x_7 + 0,001x_{10}$

	(R = 0,97; D = 0,94)
Условные обозначения: $\hat{y}$ - коэффициент удовлетворения душевой потребности населения региона соответствующими продуктами питания; x_1 - производство, кг/чел.; x_2 - ввоз, включая импорт, кг/чел.; x_3 - производственное потребление, кг/чел.; x_4 - вывоз, включая экспорт, кг/чел.; x_5 - посевная площадь сельскохозяйственных культур, га/чел.; x_6 - урожайность сельскохозяйственных культур, ц/га; x_7 - поголовье сельскохозяйственных животных (птицы), гол./чел.; x_8 - среднесуточный привес КРС на выращивании и откорме за год, кг; x_9 - среднегодовой надой на одну корову, кг; x_{10} - средняя яйценоскость, шт.	

Проведенные расчеты показывают, что рост объемов производства овощей в расчете на 1 кг/чел. в год определяет увеличение коэффициента удовлетворения среднедушевой потребности населения республики в этом продукте питания на 0,01, картофеля - на 0,01, мяса и мясопродуктов - на 0,01, яиц - на 0,003. Увеличение объемов производства молока в расчете на 1 кг/чел. в год с учетом рассмотрения норм прожиточного минимума и рекомендаций Минздрава РФ обуславливает рост коэффициента удовлетворения среднедушевой потребности населения региона в данной продукции на 0,002.

Рост объемов импорта овощей, молока и молочных продуктов, мяса и мясопродуктов, яиц в перспективе определяет увеличение среднедушевого потребления этих видов продуктов питания населением республики. При этом увеличение импортных поставок картофеля не будет влиять на снижение его объемов потребления населением региона. Рост объемов экспорта молока и молочных продуктов, мяса и мясопродуктов, яиц приведет к сокращению объемов их потребления населением республики.

При прогнозировании коэффициентов удовлетворения душевой потребности населения республики основными видами продуктов питания на перспективу с учетом сопоставления с научно-обоснованными нормами питания использовались значения $x_1 - x_{10}$, полученные с помощью формализованных методов прогнозирования. В дальнейших вычислениях эти прогнозные значения подставлялись в полученные регрессионные уравнения и рассчитывались перспективные коэффициенты удовлетворения душевой потребности населения региона для продуктов питания. При проведении расчетов нами рассматривались два прогнозных варианта с учетом:

- рекомендаций Министерства здравоохранения РФ;
- норм прожиточного минимума, установленного в РФ.

Согласно проведенным расчетам значение коэффициента удовлетворения душевой потребности населения картофелем, несмотря на его снижение в краткосрочной перспективе останется на относительно высоком уровне и будет составлять 1,99. Прогнозные значения коэффициента удовлетворения душевой потребности населения Республики Башкортостан овощами на период до 2020 г. будут на относительно стабильном уровне.

Коэффициент удовлетворения душевой потребности населения республики молоком и молочной продукцией в перспективе будет расти и к 2020 г. его значение составит 1,09-1,25 в соответствии с прогнозными вариантами. Коэффициент удовлетворения душевой потребности населения региона мясом и мясопродуктами будет варьировать в пределах значений 1,27-1,4 и значительно превысит значение критического уровня, согласно научно-обоснованным нормам питания. Значения коэффициента удовлетворения душевой потребности населения яйцами к 2020 г. будут соответствовать 1,04-1,18 в зависимости от выбора прогнозного варианта.

Таким образом, применение методов прогнозирования позволяет повысить обоснованность параметров проектируемой стратегии развития агропродовольственного комплекса Республики Башкортостан. Предложенный методический подход по прогнозированию уровня потребления продуктов питания населением Республики Башкортостан при определенной коррекции может применяться для разработки стратегических программ развития агропродовольственного комплекса других субъектов Российской Федерации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алтухов А.И. Импортозамещение в агропродовольственном комплексе страны: проблемы и пути их решения // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2015. № 3. С. 2-6.

2. Гусманов У.Г., Гусманов Р.У., Стомба Е.В. Разработка стратегии импортозамещения в агропродовольственной сфере как актуальное направление научных исследований // Никоновские чтения. 2016. № 21. С. 66-69.

3. Стомба Е.В., Стомба А.В. Роль инноваций в стратегическом планировании развития агропродовольственного комплекса региона // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2016. № 6. С. 123-134.

Сухинин С.А.

к.п.н., доцент,

доцент кафедры «Экономическая теория и предпринимательство»

(Донской государственный технический университет)

г. Ростов-на-Дону, Россия

МОРСКИЕ ПОРТЫ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ПРОВОДНИКИ ТРАНСГРАНИЧНЫХ СВЯЗЕЙ

Побережье Азовского моря в пределах Ростовской области имеет протяженность более 200 км. В инфраструктурном отношении Приморская зона Ростовской области прежде всего выделяется транспортной и торгово-логистической функциями. Города Ростов-на-Дону, Азов и Таганрог являются крупнейшими портами России на Азовском море (табл. 1), принимают суда Азово-Черноморского и Средиземноморского бассейнов, а также суда типа «река-море», и осуществляют транспортировку, перевалку и сортировку массовых насыпных, навалочных и наливных грузов (преимущественно – металл, уголь, строительные материалы, зерно). В сочетании с удобным расположением автомобильных и железнодорожных магистралей, они образуют крупные транспортные узлы.

Таблица 1 – Морские порты Ростовской области

Порт	Площадь (территория + акватория), км ²	Грузооборот, млн. т, 2015 г.	Габариты судов (дл / шир / осадка), м	Кол-во причалов, ед (протяжённость, м)	Количество стивидоров
Азов	11 + 1,34	7,1	150 / 18 / 3,7	27 (3 909,5)	10
Ростов- на-Дону	12,84 + 2,84	11,6	140 / 16,7 / 3,5	54 (8 978,9)	24
Таганрог	9,76 + 0,54	2,9	149 / 18 / 4,7	9 (1 765,7)	3

Составлено по данным [3, 6]

Своей деятельностью морские порты Ростовской области прежде всего ориентированы на обслуживание внешнеэкономических и внутринациональных

(межрайонных) связей предприятий самой области, но реализуют торгово-экономические отношения и субъектов экономики соседних регионов – Волгоградской области, Республики Калмыкия, Краснодарского края, республик Северного Кавказа.

Рассмотрим особенности деятельности каждого из портов области.

I. Ростовский торговый порт. Ростовский торговый порт структурно состоит из портовых сооружений, относящихся к АО «Ростовский порт» и ООО «Ростовский универсальный порт» (РУП) и собственных причалов других компаний. Ростовский универсальный порт имеет площадь 100 га, располагает семью современными причальными комплексами с протяженностью причальной стенки 1150 м. Погрузочно-разгрузочные работы в порту ведут более 30 единиц техники, в том числе 14 порталых кранов грузоподъемностью от 10 до 65 тонн каждый [7].

Грузооборот порта имеет положительную динамику, хотя и сильно подвержен конъюнктуре рынка. В 2015 году его грузооборот составил 11,6 млн. тонн, а структура грузоперевозочной работы порта, хотя и характеризуется диверсификацией, но главные позиции занимают уголь (доля в общем грузообороте – 50%), металлолом (15%), зерновые грузы (12%) [3, 2]. ООО «Ростовский универсальный порт» производит перевалку контейнеров, принадлежащим контейнерным линиям MSC, HAPAG-LLOYD, CSAV NORASIA. Приоритетными направлениями деятельности Ростовского универсального порта является обслуживание торговли с такими странами как Турция, Китай, Франция, Италия, Испания, Египет, Тайланд, Южная Корея, Япония и Бразилия [2, 7].

Перспективы усиления транзитного потенциала приморской зоны Ростовской области связаны с реализацией инвестиционного проекта создания мультимодального транспортно-логистического узла «Ростовский Универсальный порт» (МТЛУ «РУП»), предусматривающего строительство на устьевом участке левого берега реки Дон, в промышленно-портовой зоне «Заречная» Ростова-на-Дону, крупного транспортного инфраструктурного

комплекса, имеющего общегосударственное значение для развития экономики Юга России (пропускная способность будущего порта – 16 миллионов тонн грузов в год) [4].

Ростовский универсальный порт очень удачно расположен в устьевом участке реки Дон на пересечении трех видов федеральных транспортных магистралей: железнодорожной, водной и автомобильной. Близость крупных железнодорожных станций Батайск, Ростов-Товарная, Лихая, автодороги М-4 «Дон» позволяют создавать наиболее эффективные и менее затратные логистические схемы доставки грузов в порты полуострова (Керчь, Феодосия, Севастополь, Евпатория) в кратчайшие сроки. Воссоединение Крыма с РФ, отсутствие прямого автомобильного и железнодорожного сообщения с полуостровом являются факторами, усиливающими роль МТЛУ «РУП» в содействии успешному исполнению ФЦП «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 г.», утвержденной Постановлением Правительства РФ № 790 от 11.08.2014 г.

II. ОАО «Ростовский порт». Порт находится в черте г. Ростова-на-Дону вдоль правого и левого берегов реки Дон и включает в себя четыре территориально независимых грузовых района. С 1998 года порт открыт для международного судоходства и принимает суда под иностранными флагами. Из порта осуществляются отправки судов в страны Черноморского и Средиземноморского бассейнов [1].

В порту 18 механизированных грузовых причалов, оснащенных 33 порталными кранами грузоподъемностью до 27,5 тонн, 8 единицами мобильной перегрузочной техники. Одновременно в порту могут обрабатываться 17 судов грузоподъемностью до 5 тыс. тонн с осадкой у причалов до 4,0 м. Пропускная способность причалов порта составляет 15 тыс. тонн различных грузов в сутки. Развитая система внутрипортовых железнодорожных путей связывает порт с припортовыми станциями Северо-Кавказской железной дороги. Мощности ОАО «Ростовский порт» позволяют ежегодно переваливать свыше 2 млн. тонн различных грузов [1]. Основными

видами перевозимых грузов являются на экспорт – лом черных металлов, уголь, прокат, зерно, пиломатериалы, химикалии, оборудование; по импорту – цемент, хромовая руда, строительные материалы, оборудование, стекло.

III. ОАО «Азовский морской порт». Предприятие создано в 1993 году и в декабре 1994 года получил статус международного порта. Он расположен на линии девятого европейского интермодального коридора, предназначенного для переброски грузов с севера на юг, а также является эффективным в работе с грузопотоками Балкано-Дунайского и Средиземноморского направлений. Он является главными воротами, соединяющими Средиземное море с внутренней водной системой России и Каспием. Это позволяет доставлять грузы в центральную часть России, на Урал и Среднюю Азию. Глубина у причалов – 4,5-8,5 м., глубина подходного канала – 4 м, ширина реки – около 400 м., в зимнее время осуществляется ледакольная проводка судов [1]. Порт работает в условиях круглогодичной навигации, принимает суда типа «река-море» грузоподъемностью до 5 тыс. тонн.

Наибольшую долю в грузообороте порта, в последние несколько лет, составляет уголь, зерно, цемент, металлопродукция. Предполагается увеличение объемов переработки контейнеров. Основные экспортные потоки грузов направлены в Турцию, Болгарию, Румынию, Италию, Грецию, Испанию, Тунис, Египет, Сирия, Израиль, Кипр, страны Балканского полуострова. Импорт представляет незначительную часть от общего объема перерабатываемых грузов, но с открытием контейнерного терминала планируется увеличить поток импорта [5].

IV. ОАО «Таганрогский морской торговый порт». Порт открыт для международной торговли и захода иностранных судов в 1991 году. Основу грузов составляют чёрный металл, уголь, сахар-сырец, пиломатериалы, зерновые, мазут, контейнеры. Портовые мощности Таганрогского транспортного узла включают перегрузочные комплексы ОАО «Таганрогский морской торговый порт» (ТМТП), ОАО «Приазовье» и ОАО «Таганрогский судоремонтный завод» (ТСРЗ). Протяженность причальных комплексов порта

составляет 1680 пог. м. Грузовые причалы оборудованы кранами грузоподъемностью от 5 до 32 тонн, которые позволяют создать оптимальную концентрацию технологических линий для обработки принимаемых на этих причалах судов [1]. Грузооборот порта в 2015 г. составил 2,9 млн. т, а география грузоперевозок включает все страны Средиземноморского бассейна, а также страны Каспия через Волго-Донскую систему водных путей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Водный транспорт // Официальный портал Правительства Ростовской области – <http://www.donland.ru/Default.aspx?pageid=86195>
2. Генеральный директор РУП Петр Асеев: «Мы настроены на планомерное развитие» // **Информационно-аналитическое агентство «ПортНьюс»** - <http://portnews.ru/comments/2095/>
3. Грузооборот морских портов России за январь-декабрь 2015 г. // Ассоциация морских торговых портов. Официальный сайт – <http://www.morport.com/rus/news/document1751.shtm>
4. Мультимодальный транспортно-логистический узел «Ростовский Универсальный порт» // ООО «Азово-Донская девелоперская компания». Официальный сайт - <http://a-ddc.ru/rup.php/>
5. ОАО «Азовский морской порт». Официальный сайт – <http://www.azovseaport.ru>
6. Официальный портал «Единая система информации об обстановке в Мировом океане» в рамках ФЦП Мировой океан – <http://www.russianports.ru/>
7. Ростовский универсальный порт // Деловой квартал. Справочник – <http://rostov.dk.ru/wiki/rostovski-universalnyy-port>

Юрченко А.М.

магистрант группы 36Эм154-з

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»,

г. Тюмень, Россия

Иванова С.А., научный руководитель

к.э.н.,

доцент кафедры экономической теории и прикладной экономики,

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»

СТИМУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В СУБЪЕКТАХ РФ

На сегодняшний день жилищное строительство является наиболее социально значимым сегментом рынка недвижимости. Актуальной остается проблема доступности жилья для всех слоев населения. Именно доступность и обеспеченность граждан жильем имеют непосредственное влияние на демографическую ситуацию, экономическую обстановку и на уровень жизни в стране. Для решения социальных проблем, а также для развития экономики в целом необходимо увеличивать объемы жилищного строительства. Большую роль в этом играет создание и внедрение новых строительных материалов, которые способствовали бы снижению себестоимости объектов строительства и, соответственно, увеличению количества строительных площадок [1].

Помимо этого, проблема развития жилищного строительства в субъектах страны связана с наличием отдельных проблем, среди которых уровень объема рынка ипотечного кредитования и наличие необходимой площади жилой недвижимости в отдельных регионах России.

Актуальность ипотечного кредитования на сегодняшний день заключается в способности решить социальные проблемы многих россиян. Наличие собственного жилья вносит в жизнь людей элемент благополучия и стабильности. И очень важно, чтобы жилье появлялось как можно раньше, а не

после десятилетних ожиданий, когда люди копят свои собственные сбережения, но экономические события создают процесс их обесценивания [2]. Благодаря ипотечному кредитованию, многие люди получают доступ к жилью, ведь его стоимость крайне высокая и требует времени для сбора средств.

В современном российском законодательстве нет «прямого» определения ипотеки, между тем, анализ ст. 334 Гражданского кодекса РФ позволяет сделать вывод, что ипотека – это залог земельных участков, предприятий, зданий, сооружений, квартир и другого недвижимого имущества. Также необходимо уточнить, что ипотека может использоваться как при приобретении в кредит, так и по иным кредитам. По договору, который регулирует выдачу ипотечного кредита, банк является кредитором, а заемщик – должником [3].

Переходя к вопросу об жилищном ипотечном кредитовании банками, стоит отметить, что развитие данного продукта на отечественном пространстве – стратегически важная задача правительства страны, которая обязаны совпадать с интересами коммерческих институтов (банков). Помимо этого, стратегически важным выглядит и решение проблемы, которая стоит перед большим количеством населения России. Согласно мнению экспертов, около 60% всех семей и домашних хозяйств страны стоят перед острым вопросом о собственном жилье [4]. В лучшем случае, оно у них есть, но в плохом состоянии и с малой площадью. В худшем случае, многим семья не то, что недоступно жилье, они более того, не могут себе позволить арендовать его в приемлемых условиях.

Помимо этого, по состоянию на сегодняшний день, лишь около 10% россиян имеют собственную жилую недвижимость, где общая площадь на одного человека достигает 18 квадратных метров. К тому же, лишь 1% россиян имеют возможность приобрести понравившуюся им недвижимость за собственные средства, что категорически низкий уровень показателя по сравнению с другими странами Европы [5]. Поэтому, проблема ипотеки для россиян – это «больная тема», решение которой, зависит и от ипотечного кредитования.

Для того, чтобы решить данную проблему национального масштаба, необходимы финансовые и инвестиционные ресурсы, которые согласно бюджетной политики ограничены, а банками не активно используются из-за низкого уровня качества потенциальных заемщиков. Только анализируя реальную картину проблем на российском рынке жилой недвижимости, мы заметим, что суть трудностей не в финансах, а в том, что государство не проводит активную политику по урегулированию данной проблемы.

В результате, ипотечный рынок сталкивается с не приятной ситуацией. С одной стороны, проблема в финансовых и инвестиционных ресурсах. С другой стороны, большое количество людей по всей стране не имеют собственного семейного жилья. С третьей же стороны, эту проблему раздувают СМИ и политики-популисты, используя ее в своих корыстных политических или материальных потребностях. В конечном итоге, проблема остается той же годами и даже почти десятками лет, она не решается, и при этом, все лишь усугубляется.

В результате, можно выделить следующий список проблем, которые вредят развитию жилищного строительства в субъектах России:

- несовершенство законодательной базы РФ, судебных процедур, законов и т.д.;
- высокий уровень финансового и инвестиционного риска;
- высокий размер стоимости ипотечных суд, со стороны заемщиков;
- непрерывный рост стоимости объектов недвижимости;
- низкий уровень личных финансов домашних хозяйств, включая их доходы и сбережения;
- развитый теневой сектор экономики;
- отсутствие эффективного рынка ипотечных ценных бумаг России;
- отсутствие единого кадастра объектов недвижимости на территории всей страны;
- бюджетный федерализм и региональный протекционизм.

Как видим, мы имеем дело с большим количеством проблем различного характера, начиная от политического и социального, и заканчивая финансово-экономической сферой. Для их же решения, государству необходимо провести стимулирующие меры, которые будут способствовать росту рынка ипотечного кредитования и должны привести к развитию жилищного строительства страны. К данным инструментам относятся:

- разработка программы по повышению уровня благосостояния населения;
- борьба с инфляцией, из-за которой обесцениваются личные финансы домохозяйств;
- повышение уровня финансовой грамотности населения страны;
- борьба с уровнем безработицы, путем увеличения количества новых рабочих мест;
- обеспечение государством экономической и политической стабильностью;
- смягчение денежно-кредитной политики через процентный канал трансмиссионного механизма (учетная ставка Банка России);
- борьба с теневым сектором, монополизацией данного рынка и создание налоговых льготных условий для введения бизнеса в этой отрасли экономики;
- поддержка существующих государственных программ, их продление, усовершенствование и создание новых, для более широкого слоя населения страны;
- выравнивание доходов и ликвидация дифференциации при бюджетном федерализме;
- выделение государственной субсидии на строительство и покупку объектов в недвижимости в регионах, которые в таком сильно нуждаются.

Особенно важную роль в стимулировании развития жилищного строительства занимают государственные программы [5]:

1. Программа под названием «Ипотека – молодым семьям». Участниками такой программы являются молодые семьи, которые признаны в установленном порядке, нуждающимися в улучшении жилищных условий и которые постоянно проживают на территории России.

2. Программа под названием «Военная ипотека». Сюда относятся выпускники военных образовательных учреждений, заключившие первый контракт о прохождении военной службы после 1 января 2005 года и прослужившие свыше трех лет.

3. Ипотечная программа под названием «Материнский капитал». Распорядитель материнского капитала может использовать его при покупке квартиры с помощью ипотеки.

4. Ипотечная программа под названием «Молодые учителя». Данная программа поддержки была разработана АИЖК для кредитования, приобретения жилья молодыми учителями под процентную ставку в размере 8,5% годовых.

5. Помимо этого, важную роль занимает Подпрограмма «Стимулирование программ развития жилищного строительства субъектов Российской Федерации на 2015 – 2020 года». Данный документ был принят 25 сентября 2014 года, целью которого выступает развитие массового строительства жилья эконом класса на территории Российской Федерации. Целевым индикатором является ввод новой жилой недвижимости площади 21,5 млн квадратных метров до 2020 года для чего потребуется финансирование размером 119,1 млрд рублей [6].

Таким образом, текущее состояние рынка жилой недвижимости неутешительное и требует принятия экстренных мер по стимулированию строительства. Среди них, ключевую роль занимает участие таких субъектов, как государства и банковской системы, поскольку, как первые, так и вторые, выступают институтами финансирования. Более того, государство обязано принимать активное участие в развитии жилищного строительства, ведь вопрос

жилья и т.д. является институциональным фактором для социально-экономического уровня России на мировой арене.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мухаев А.И., Попова И.В., Дедичкина Ю.В. Анализ современного состояния и перспектив развития жилищного строительства в Российской Федерации // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 3.; URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=13109> (дата обращения: 15.10.2017).
2. Старикова К.В. Ипотечное кредитование в России // Федерализм. – 2016. – №7-1. – С.202-204.
3. Никонец О. Е., Слюсаренко Д. В. Сущность ипотечного кредитования в России и тенденции его развития // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – №11. – с. 201–205.
4. Бузырев В. В., Селютина Л. Г. Жилищная проблема и пути ее решения в современных условиях // СПб.: СПбГЭУ. – 2013. – 335 с.
5. Кривенда Е.А., Ковалев Д.А. Актуальные проблемы ипотечного кредитования в России // Территория науки. – 2014. – №5. – с. 114-119.
6. Постановление Правительства РФ от 17.12.2010 N 1050 (ред. от 20.05.2017) "О федеральной целевой программе "Жилище" на 2015 - 2020 годы".

Раздел II. Экономика фирмы и управление организацией

Андреев К.С.

аспирант Тюменского государственного университета

Киселица Е.П.

профессор Тюменского государственного университета

Селюк А.В.

доцент Тюменского государственного университета

Россия, г. Тюмень

ПРОБЛЕМЫ РОСТА ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В РФ

Аннотация: Проблемы роста предприятий молокоперерабатывающей промышленности России связаны, прежде всего, с падением производства сырого молока. Для замещения недостатка сырья и готовой продукции активно использовался импорт. Отдельные количественные успехи, например, в производстве сыра, подрываются качеством полученного продукта. Рынок молочной продукции слабо регулируется государством с точки зрения качества и борьбы с монополизацией сферы сбыта. В результате наблюдаем неуверенный рост производства и переработки при неудовлетворённости спроса.

Annotation: Problems of growth of the enterprises of the dairy industry in Russia are associated primarily with the decline in production of raw milk. To replace the lack of raw materials and finished products were imported. Some quantitative success, e.g. in cheese production, is being undermined by the quality of the product. The dairy market is loosely regulated by the state, in terms of quality and fight against monopolization of markets. As a result of observable uncertain growth in the production and processing of dissatisfaction with demand.

Ключевые слова: производство сырого молока, импорт молока, ввоз молочных продуктов из Белоруссии, сухие молочные продукты, крупные сельскохозяйственные организации, товарность личных и фермерских хозяйств, сезон большого молока, фальсифицированные продукты, проблемы роста производства, производительность труда.

Key words: production of raw milk and imports of milk, imports of dairy products from Belarus, dried milk products, a major agricultural organizations, commodity and personal farms, a season of great milk, counterfeit products, increasing production, productivity.

Увеличение переработки молока в РФ сталкивается с недостатком сырья. Данный факт ведёт к изменению цены на сырое молоко, особенно в зимний период. Если ещё в 1991 г производство сырого молока составило 51,9 млн. тонн, то последние пять ни разу не был превышен уровень в 60% от 1991 года. В результате страна вынуждена оставаться крупным импортёром молочных продуктов. Отношение импорта к официальному производству сырого молока в стране колеблется на уровне 25 – 31 % за последние пять лет.

Таблица 1

Соотношение производства и импорта молока в РФ в 2012 – 2016 гг., млн. тонн

Показатели	2012	2013	2014	2015	2016
Производство сырого молока	31,8	30,5	30,8	30,8	30,7
Импорт молока и молокопродуктов (в пересчёте на молоко)	8,5	9,4	9,2	7,9	8,2
Отношение импорта к производству сырого молока, %	26,7	30,8	29,9	25,6	26,7

Источник: <http://milknews.ru/analitika-rinka-moloka/rinok-moloka-v-Rossii>

Импорт на 85% состоит из» белорусской» продукции. Среди «белорусской» продукции значимую часть составляют молочные товары из Литвы, Польши и других стран.

В прошедшем 2016 году импорт сыра, творога и сырных продуктов увеличился на 23%.

Доля поставок из Республики Беларусь от общего объема импорта сливочного масла в РФ в 2016 году составила 82%, сыра- 87%, сухого молока и сухой сыворотки – 85%, цельномолочной продукции - 99%. Качество белорусской продукции часто не выше российского.

Таблица 2

Ввоз молочных продуктов в 2016 году, в тыс. тонн

Молочные продукты	Ввоз из Белоруссии	Ввоз из других стран	Совокупный импорт
Цельномолочная продукция	350	1	351
Сухие молочные продукты (сухое обезжиренное молоко, сухое цельное молоко, сухая сыворотка)	289	49	338
Сыр	175	25	200
Масло	78	17	95
Всего	892	92	984

Источник: ФТС

Собственно, белорусская продукция производится в основном крупными сельхозорганизациями с высокой товарностью. В Белоруссии наблюдается крайне высокая концентрация поголовья дойного стада на крупных молочных фермах. Например, в 2014 году 91,1% всего произведенного молока в Белоруссии выдали именно крупные сельскохозяйственные организации. В этом факте существенное отличие белорусского производства и переработки молока от положения европейского и российского.

Без развития молочного скотоводства Россия не сможет решить проблему нехватки качественного сырого молока. Дороговизна кормов, невысокие закупочные цены, отсутствие развитой сбытовой кооперации постепенно делает невыгодным содержание молочного скота в хозяйствах населения. Более того, с аналогичными проблемами сталкивается большинство крестьянских (фермерских) хозяйств. Поэтому нельзя с уверенностью говорить о достижении в соответствии с государственной программой к 2020 году производства 38 млн. тонн сырого молока [5]. Продолжается снижение поголовья коров, что вызывает дополнительное внимание к росту молочной продуктивности. Следовательно, необходимы дополнительные инвестиции в племенные хозяйства с расчётом на получение в них не менее 9000 кг молока от одной коровы. В таком случае прирост молока от племенных хозяйств даёт около 3 млн. тонн сырого молока дополнительно. Импорт племенного скота, не адаптированного к местным условиям, приводит к ежегодным потерям 27% от завезённого скота. Лишь усиление племенной работы даст желаемый экономический и социальный эффект. Пока дефицит сырого молока составляет 20%, а товарного молока – даже 27% [7], не следует ослаблять племенную работу и надеяться на импорт из стран Таможенного Союза.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральная служба государственной статистики РФ // http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/industrial/
2. Федеральная таможенная служба РФ // http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=13858&Itemid=2095
3. Национальный союз производителей молока Союзмолоко // www.souzmoloko.ru
4. Новости и аналитика молочного рынка // www.milknews.ru

5. М. Петрова / Отечественный молочный рынок: реалии и перспективы // с.6-7 / «Переработка молока» №9 - 2016

6. Х.А. Амерханов / Точки роста молочного скотоводства // с.6-7 / «Переработка молока» №11 – 2016

7. А.С. Белов / Приоритетные задачи производства и переработки молока в 2017 г. // с.6-8 / «Переработка молока» №9 – 2017

Виданова Е.А.

магистрант 2 курса,

специальность «Финансы и кредит», ФГБОУ ВО «Российский
государственный социальный университет»

г. Москва, Россия

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ИСТОЧНИК ОЦЕНКИ ЕГО КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ НА ФИНАНСОВЫХ РЫНКАХ

Проблема оценки кредитоспособности организации на финансовых рынках в настоящее время весьма актуальная, при этом финансовая устойчивость - важнейший критерий кредитоспособности организации. На базе оценки финансовой устойчивости осуществляется оценка инвестиционной привлекательности и определяется степень кредитоспособности организации при выходе ее на финансовый рынок.

В случае банковского кредитования высокая финансовая устойчивость в долгосрочном периоде выступает гарантией кредитоспособности заемщика. Более того, при анализе долговых ценных бумаг основной акцент делается на оценку кредитоспособности эмитента.

В связи с этим любой организации необходима своевременная диагностика своего финансового состояния.

Нормальное финансовое состояние организации состоит в:

- высоком уровне рентабельности, ликвидности, финансовой устойчивости;
- способности своевременно рассчитаться с поставщиками сырья и материалов;
- выплатить в установленный срок заработную плату сотрудникам, обязательные перечисления в бюджет. [1]

Комплексная оценка финансового состояния организации включает

анализ по критериальным (платежеспособность, кредитоспособность, вероятность банкротства) и базовым (финансовые результаты, имущество, капитал) объектам.

Первым этапом оценки финансового состояния является предварительное ознакомление с итогами работы организации по балансу, оценка имущества, структуры капитала. Это дает общее представление о положении организации, позволяет определить направления дальнейших действий.

После общей характеристики финансового состояния организации следующей наиболее важной задачей является исследование степени финансовой устойчивости. Такие ученые, как А.Д.Шеремет и Е.В.Негашева убеждены, что именно финансовая устойчивость является наиболее важным критерием финансового состояния организации. [2]

Основными задачами исследования являются оценка финансовой устойчивости, выявление факторных показателей, а также поиск мероприятий по ее улучшению.

Финансовая устойчивость тесно сопряжена с понятием платежеспособности. Многие ученые даже отождествляют эти понятия. Степень платежеспособности определяется исходя из типа/подтипа финансовой устойчивости.

Приведенная ниже методика характерна для анализа финансовой устойчивости промышленных (производственных) предприятий.

Платежеспособность можно определить следующими неравенствами:

$$\begin{cases} A1 + ЗНДС \leq ПЗ + П4 + ЗиК; \\ ДСР \geq КЗ + ПрКСП, \end{cases}$$

где $A1$ – сумма внеоборотных активов; $ЗНДС$ – сумма запасов организации и начисленного НДС; $ПЗ$ – сумма капитала и резервов организации; $П4$ – сумма долгосрочных обязательств компании; $ЗиК$ – сумма статьи «займы и кредиты» в пятом разделе баланса организации; $ДСР$ – денежные средства, находящиеся в обращении (в расчетах); $КЗ$ – общая сумма кредиторской задолженности компании без разделения по кредиторам; $ПрКСП$

– величина прочих краткосрочных пассивов организации.

В первую очередь для организации важно обеспечить основные средства, имеющиеся в распоряжении компании, величиной ее капитала. Это значит, что сумма запасов организации и налога на добавленную стоимость обеспечивается величиной остатка этих средств, то есть:

$$\text{ЗНДС} \leq \text{ПЗ} + \text{П4} + \text{ЗиК} - \text{А1}$$

В зависимости от того, чем будут обеспечены оборотные материальные активы, организации будет показывать ту или иную степень платежеспособности.

Таким образом:

- сумма ЗНДС может обеспечиваться величиной собственного оборотного капитала $\text{СОК} = \text{ПЗ} - \text{А1}$, который представляет собой сумму третьего раздела пассива баланса (ПЗ) уменьшенную на величину внеоборотных активов (А1);
- если организации для выполнения установленного условия платежеспособности необходимо привлечь долгосрочные обязательства, то сумма СОК и привлеченного долгосрочного кредита будет называться перманентным оборотным капиталом $\text{ПОК} = \text{СОК} + \text{П4}$;
- при нехватке величины перманентного оборотного капитала организации для обеспечения оборотных производственных фондов, компания может привлечь краткосрочных кредит, в этом случае полученная сумма будет называться основными источниками формирования оборотных производственных фондов $\text{ОИФ} = \text{ПОК} + \text{ЗиК}$.

В зависимости от того, величиной каких средств обеспечивается величина запасов, различают четыре степени платежеспособности организации:

1. Абсолютная платежеспособность сопряжена с абсолютно устойчивым финансовым состоянием и описывается неравенством $\text{СОК} \geq \text{ЗНДС}$;
2. Нормальная платежеспособность сопряжена с нормально устойчивым финансовым состоянием и описывается системой из двух неравенств:

$$\begin{cases} \text{СОК} < \text{ЗНДС}; \\ \text{ПОК} \geq \text{ЗНДС} \end{cases}$$

3. Низкая платежеспособность сопряжена с показателем финансовой устойчивости на уровне неустойчивого и описывается системой из трех неравенств

$$\begin{cases} \text{СОК} < \text{ЗНДС}; \\ \text{ПОК} < \text{ЗНДС}; \\ \text{ОИФ} \geq \text{ЗНДС} \end{cases}$$

4. Неплатежеспособность организации сопряжена с кризисным финансовым состоянием. Такая ситуация имеет место, когда величина запасов и НДС не может быть покрыта суммой всех имеющихся в распоряжении компании источниками формирования.

Таким образом, можно сделать вывод, что факторными показателями с прямой зависимостью между финансовой устойчивостью являются: ПЗ, П4, ЗиК.

Обратная же зависимость наблюдается между финансовой устойчивостью и А1, ЗНДС.[3]

Следовательно, основными путями совершенствования финансовой устойчивости в организациях с недопустимо низкой платежеспособностью являются:

- уменьшение величины запасов организации до оптимального для организации размера;
- уменьшение величины финансовых вложений;
- снижение дебиторской задолженности;
- увеличение собственного капитала путем дополнительной эмиссии акций увеличения нераспределенной прибыли;
- привлечение долгосрочного кредита. [4]

Перечисленные мероприятия являются общими мерами повышения финансовой устойчивости в промышленном секторе экономики. Для применения их в конкретной организации следует учитывать специфику его производственно-хозяйственной деятельности и выбирать наиболее

эффективные. Таким образом, вследствие применения данной методики можно выявить сильные и слабые стороны организации, определить рычаги повышения финансовой устойчивости. Следовательно, повысится степень кредитоспособности, благодаря чему организации будет легче выйти на финансовый рынок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Негашев Е.В. Факторный анализ ликвидности и управление финансовой устойчивостью компании // Аудит и финансовый анализ. 2012. № 5. (14)
2. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 208 с. (19)
3. Жилкина А.Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия: Учебник/ Жилкина А.Н. – М.: Инфра-М, 2012. 336 с. (Высшее образование). (7)
4. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. В 2 томах. Т. 2 / И. А. Бланк. - 4-е изд., стер. - Москва: Омега-Л, 2012. 674 с. (2)
5. Виданова Е.А. Банковское кредитование инвестиционной деятельности // Экономическое развитие России: тенденции, перспективы. 2017. Том 2, с. 66-70.

Власова Т.И.

Магистрант 2 курса кафедры экономической теории

и прикладной экономики,

Тюменский государственный университет

г. Тюмень, Россия

ПОНЯТИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Развитие малого предпринимательства является одним из условий стабильности и устойчивости экономики страны. Малый бизнес способствует созданию конкурентной среды в стране, оказывает влияние на экономический рост, на ускорение научно-технического прогресса, на предложение на рынке товаров надлежащего качества, на создание дополнительных рабочих мест, а также на структуру валового внутреннего продукта. Таким образом, малый бизнес решает социальные, экономические и другие проблемы страны.

Рассматривая малое предпринимательство как экономическую категорию необходимо определить критерии, по которым хозяйствующие субъекты относят к данному сектору экономики.

В соответствии с Федеральным законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" субъектами малого и среднего предпринимательства являются хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными настоящим Федеральным законом, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям.

К субъектам малого и среднего предпринимательства относятся зарегистрированные в соответствии с законодательством Российской Федерации и соответствующие условиям, приведенным ниже, хозяйственные общества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы,

потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели.

Таблица 1.1.

Категории субъектов малого и среднего предпринимательства

Критерии	Субъекты малого и среднего предпринимательства		
	Микропредприятия	Малые предприятия	Средние предприятия
1. Для хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств должно быть выполнено хотя бы одно из следующих требований:			
А. Суммарная доля участия в уставном капитале общества с ограниченной ответственностью: -РФ, субъектов РФ, муниципальных образований; -общественных и религиозных организаций; -благотворительных и иных фондов (за исключением суммарной доли участия, входящей в состав активов инвестиционных фондов)	Не более 25 %		
Б. Суммарная доля участия иностранных юридических лиц и (или) юридических лиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства	Не более 49 % (за исключением ООО, деятельность которых заключается в практическом применении результатов интеллектуальной, а также соответствующие требованиям 4-8)		
2. Среднесписочная численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать следующие предельные значения	До 15 человек	До 100 человек для малых предприятий	От 101 одного до 250 человек для средних предприятий
3. Доход хозяйственных субъектов, полученный от осуществления предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год	120 млн. рублей;	800 млн. рублей	2 млрд. рублей

Источник: [6]

Проблема определения сущности малого предпринимательства активно разрабатывается. Существенный вклад в разработку и решение этой проблематики внесли, прежде всего представители западной экономической мысли, такие как, А.Смит, Р. Зомбарт, М. Вебер, П. Друкер, А. Маршалл, Ж.Б.

Сей, Р. Кантильон, Ф. Хайек, И. Шумпетер и другие. Из российских ученых Л.И. Абалкин, В.Я. Горфинкель, А.А. Рыбников, М.Г. Лапуста, В.А. Швандар.

Рассмотрим определения понятия "малое предпринимательство" различных исследователей.

Таблица 1.2

Анализ определений понятия «малое предпринимательство» различных исследователей

Автор	Определение/мнение	Особенности определения
А.А. Рыбников	«Такие формы хозяйства, которые обслуживаются производством, руководство и исполнение в котором объединены. Это ремесленная и кустарная форма хозяйства».	Сравнение с ремесленной и кустарной формой хозяйства.
А. Цыганов	«Малое предприятие - не жалкое подобие крупной фирмы, а самостоятельный и наиболее типичный субъект экономической жизни со своими отличительными особенностями, закономерностями, преимуществами и недостатками».	Рассматривает как самостоятельный субъект предпринимательства.
А. Азрилиян	«Малый бизнес - это принятое обозначение совокупности мелких и средних частных предприятий, не входящих ни в одно монополистическое объединение и выполняющих подчиненную по отношению к монополиям роль в экономике».	Рассматривает малый бизнес как совокупность небольших предприятий.
М.Г. Лапуста	Это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных, установленных законами критериях (показателях), конституирующих сущность этого понятия.	Мнение автора совпадает с определением принятым законодательством.
В.С. Потаев и В.Ю. Буров	Рассматривают малое предпринимательство в современных российских условиях как субъект инновационной деятельности.	Субъект инновационной деятельности.
Д. Речмен и М. Нескон	«фирма, которой управляет независимый владелец, которая не занимает в своей отрасли доминирующего положения, и отвечает определенным критериям по числу занятых и реализации объемов производства»	Управляющий в малом бизнесе независим, однако при этом занимает второстепенное положение в своей отрасли.
П. Друкер	Под предпринимателем понимается человек, который открывает свой собственный новый мелкий (малый) бизнес, но при этом не всякий мелкий бизнес является предпринимательским, а только тот, который создает новый рынок, формирует новых покупателей	Малое предпринимательство создает новый рынок, формирует новых покупателей.

Источник: [1,2,3,4,5]

Согласно представленным данным таблицы 1.2, стоит отметить, что не существует однозначного мнения среди исследователей на определение малое предпринимательство. Ученые дают определения малому предпринимательству, опираясь на определённые аспекты, которые влияют на данный сектор экономики: самостоятельный характер деятельности, инновационность деятельности, способность управлять, инициативность и т.д. Так, по нашему мнению, малое предпринимательство – это творческая, инициативная деятельность, осуществляемая на свой страх и риск, направленная на систематическое получение прибыли от осуществления данной деятельности, но которая ограничена в масштабе, в силу нехватки финансовых средств и возможностей.

Для уточнения определения малого предпринимательства различают три группы критериев:

- Количественные
- Качественные
- Комбинированные

Среди количественных критериев для отнесения предприятий к категории малых следует выделить: численность персонала, годовой оборот в стоимостном выражении, стоимость активов. Данные признаки позволяют провести первичное отсеивание, выделение общей совокупности предприятий.

Среди основных качественных характеристик, присущих малому предпринимательству, можно назвать личный риск управления предприятием, особенности структуры активов, выражающиеся в преобладании оборотных средств над внеоборотными, особенности структуры пассивов, характеризующиеся преимущественной долей заемного капитала.

В Федеральном законе Российской Федерации от 24.07.2007 г. №209 - ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ" указываются только количественные показатели, качественная оценка деятельности малых предприятий отсутствует. Использование качественных критериев оценки

поможет более точно определить субъект малого предпринимательства. Это приведет к более эффективной государственной поддержке в отношении малого предпринимательства. От того насколько точно будет дано определение, оговорены все условия, а также черты, присущие малому предпринимательству, во многом зависит эффективность правового регулирования их деятельности, государственная поддержка, налоговая политика.

Таким образом, изменения и улучшения правовой базы малого предпринимательства предполагают разработку качественных критериев для определения субъектов малого бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Зайцева Е.В. О некоторых подходах к исследованию понятия и содержания категории «малое предпринимательство» / Е.В. Зайцева // Научный альманах. - №3-1(17). – 2016. – С.120-126.
2. Лапуста М.Г. Предпринимательство: учебник для высш. учеб. заведений - М.: ИНФРА-М, 2012. - 608 с.
3. Репнякова Т.В. Особенности использования понятий малый и средний бизнес, предпринимательство в нормативно-правовом пространстве Российской Федерации / Т.В. Репнякова // Экономика и социум. - №6(25). – 2016. – 13 с.
4. Салихова Р.Р., Александрова И.В. Состояние и поддержка развития малого предпринимательства в муниципальном образовании / Р.Р. Салихова, И.В. Александрова // ФГБОУ ВПО КНИТУ Нижнекамский химико-технологический институт (филиал). – 2015. – 7 с.
5. Улицкий М.П., Холодова А.О. История развития малого и среднего предпринимательства в России / М.П. Улицкий, А.О. Холодова // Международный академический вестник. - №4(10). – 2015. – С.64-68.
6. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. - 2007. - №31. - Ст. 4006

Голева Е.В.

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной
службы при Президенте РФ»

г. Москва, Россия

ОПЛАТА ТРУДА ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

С пересмотром ориентиров в современной экономике ведущее место в успехе каждой организации или предприятия отводится человеческим ресурсам. Именно кадровый потенциал способен повысить результаты деятельности хозяйствующего субъекта. Если говорить об образовательной организации высшего образования, то очевидно, что таким движущим фактором являются научно-педагогические работники, в состав которых входят: профессорско-преподавательский состав и научные работники. Известно, что эффективный труд каждого работника требует соответствующей мотивации и поощрения. Среди множества мотивирующих факторов труда каждого человека ключевое место отводится материальной составляющей: оплате труда. В рамках данной статьи рассмотрим вопрос оплаты труда профессорско-преподавательского состава.

Современное состояние экономики образовательных организаций, к сожалению, не способно полностью удовлетворить финансовые потребности его работников, в связи с чем многие из них ощущают острую потребность в наличии дополнительного дохода за счет выполнения научных работ или проведения занятий со студентами в сторонних образовательных (и не всегда образовательных) организациях на условиях внешнего совместительства.

Проведем анализ динамики уровня заработной платы рассматриваемой категории работников, представленный Росстатом [1] в рамках мониторинга

выполнения образовательными организациями высшего образования «майских указов Президента» [2] (табл. 1)

Таблица 1 – Данные по средней заработной плате профессорско-преподавательского состава за 2013-2016 гг. по федеральным округам, руб. [1]

	2013	2014	2015	2016
Российская Федерация	40 428	47 188	50 703	54 788
Центральный федеральный округ	48 254	58 830	64 045	70 241
Северо-Западный федеральный округ	44 863	51 355	55 765	62 585
Южный федеральный округ	31 181	34 966	38 017	40 796
Северо-Кавказский федеральный округ	23 925	28 442	30 217	32 279
Приволжский федеральный округ	33 205	37 981	40 605	43 195
Уральский федеральный округ	41 204	46 628	49 712	50 960
Сибирский федеральный округ	38 690	43 086	46 000	48 556
Дальневосточный федеральный округ	45 029	52 416	56 175	58 311

Анализ данных, представленных в таблице 1, позволяет сделать вывод о том, что на протяжении всего рассматриваемого периода уровень оплаты труда профессорско-преподавательского состава показывает стабильную динамику роста, причем, наиболее высокий уровень заработной платы наблюдается в Центральном, Дальневосточном и Северо-Западном федеральных округах. Областями-лидерами по уровню заработной платы являются Москва, Московская, Владимирская, Калужская и Тверская области. Наиболее низкий уровень средней заработной платы наблюдается в Северо-Кавказском, Южном и Приволжском федеральных округах.

В рамках данной работы представляется целесообразным помимо абсолютных рассмотреть относительные показатели динамики средней заработной платы профессорско-преподавательского состава за 2013-2016 гг. (таблица 2)

Таблица 2 – Темп прироста средней заработной платы профессорско-преподавательского состава за 2013-2016 гг.¹, %

	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2016/2013
Российская Федерация	16,72	7,45	8,06	35,52
Центральный федеральный округ	21,92	8,86	9,68	45,57
Северо-Западный федеральный округ	14,47	8,59	12,23	39,50
Южный федеральный округ	12,14	8,72	7,31	30,83
Северо-Кавказский федеральный округ	18,88	6,24	6,82	34,92
Приволжский федеральный округ	14,39	6,91	6,38	30,09
Уральский федеральный округ	13,16	6,61	2,51	23,68
Сибирский федеральный округ	11,36	6,76	5,56	25,50
Дальневосточный федеральный округ	16,40	7,17	3,80	29,50

Анализ относительных показателей, представленных в таблице 2, показывает, что наибольшими темпами заработная плата преподавателей высшей школы росла в 2014 году по сравнению с 2013 г. На протяжении 2015-2016 гг. темп прироста находился практически на одинаковом уровне, который сократился по сравнению с предыдущим периодом. За весь рассматриваемый период (2013-2016 гг.) наибольшего прироста уровень средней заработной платы достиг в Центральном федеральном округе (45,57 %), далее следуют Северо-Западный (39,5 %) и Северо-Кавказский (34,92 %) федеральные округа. Наиболее медленными темпами средняя заработная плата росла в Уральском (23,68 %) и Сибирском (25,5 %) федеральных округах.

Однако стоит отметить, что ежегодный рост заработной платы отнюдь не сопровождается планомерным ростом в течение всего года. Если рассматривать уровень оплаты труда преподавателей высшей школы по кварталам за период 2013-2017 гг., то он имеет как периоды роста, так и падения, представляя собой кривую, подобную синусоиде (рисунок 1).

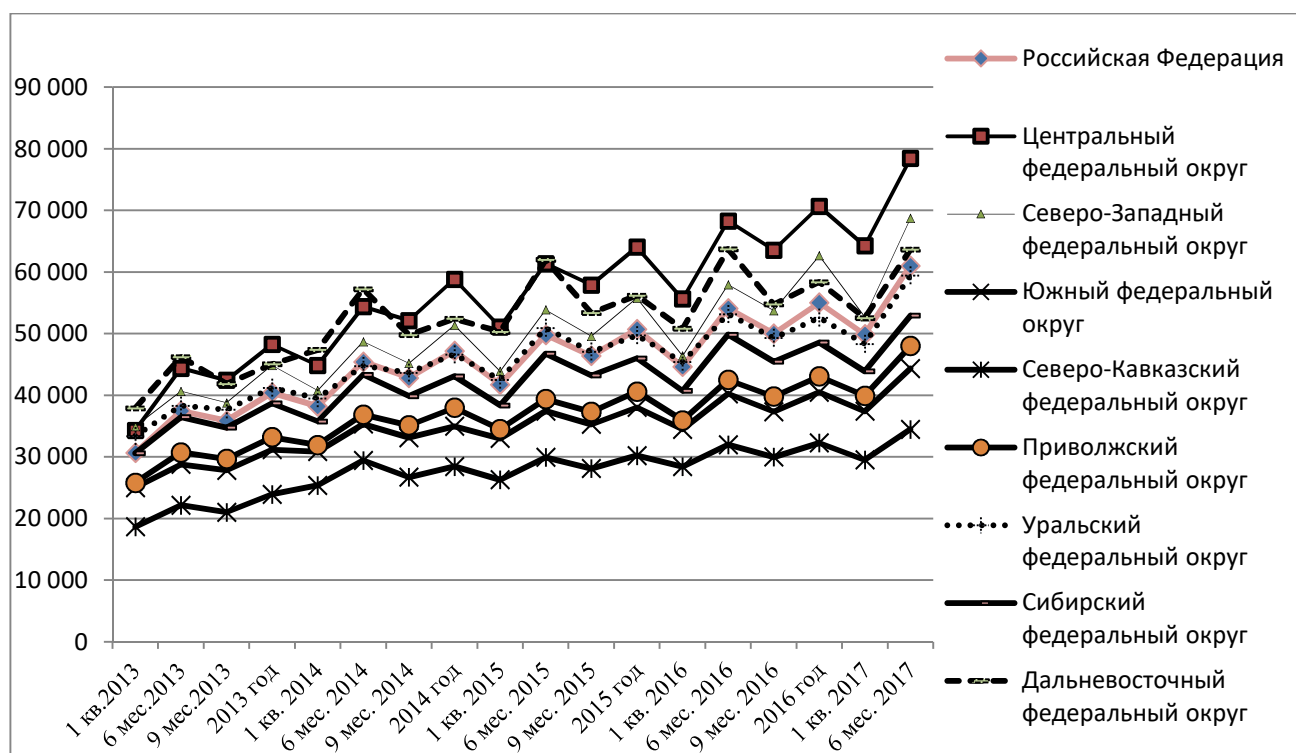


Рисунок 1 – Динамика уровня оплаты труда профессорско-преподавательского состава по федеральным округам за 2013-2017 гг. по кварталам, руб.

Таким образом, можно говорить о том, что уровень оплаты труда профессорско-преподавательского состава не отличается особой стабильностью в течение года, что негативно отражается на положении рассматриваемой категории работников и формировании кадрового состава образовательных организаций. Данный факт подтверждается результатами социологического опроса [3], согласно которым показатель числа преподавателей вузов, которые хотели бы сменить работу, вырос в 1,2 раза по сравнению с 2013 годом, когда он был равен 18,4%, и составил 22,08 %. Другими словами, практически пятая часть профессорско-преподавательского состава готова к смене работы, что нельзя не отметить как негативный факт, требующий пристального внимания со стороны руководства образовательных организаций и органов государственной власти.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт Росстата [Электронный ресурс]. – режим доступа <http://www.gks.ru>. - Дата доступа 22.08.2017
2. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики»// Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»: [Электронный ресурс]/НПП «КонсультантПлюс». – Дата доступа 22.08.2017
3. Реформа высшего образования: отечественный и зарубежный опыт. Бюллетень о сфере образования [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/13584.pdf>. – Дата доступа 12.07.2017

Депутатова Е.Ю.

к.э.н., и.о. доцента,

РЭУ им. Г.В. Плеханова, Москва, РФ,

Гаврилина О.П.,

к.э.н., доцент,

РАНХиГС при Президенте РФ, Москва, Россия,

Макаров А.А.,

к.э.н., доцент,

ВГИК им. С.А. Герасимова, Москва, РФ

ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ: ГЕНДЕРНЫЕ И ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

Покупательское поведение – сложный феномен во многих областях психологии, социологии, экономики. Ранние теории поведения покупателей были разработаны в конце 1960-х гг. Модель Энгеля-Коллата-Блэкуэлла (Engel-Kollat-Blackwell – model) широко известна во всем мире и считается одной из самых полных в теории поведения покупателей. Она включает такие переменные как восприятие и обучение, проводит разграничение между сильной и слабой вовлеченностью в процесс совершения покупки [1]. Предложенная Шетом (Sheth) модель формирования семейного решения рассматривает «групповое» поведение при принятии решения: такие его составляющие как поиск, мотивы, убеждения и склонности сначала действуют на каждого члена семьи, затем предлагаются в процессе выработки окончательного семейного решения [2].

Большинство отечественных и зарубежных исследователей в области маркетинга и поведения потребителя отмечают [3; 4; 5; 6; 7; 8], что процесс принятия решения о покупке состоит из следующих этапов:

- 1) возникновение потребности;
- 2) обработка информации;

- 3) оценка и покупка марки;
- 4) оценка после покупки.

Известно, что сам процесс принятия этого решения может быть *простым* (товары повседневного спроса) или *сложным* (значительные финансовые затраты предполагают учитывать значимость покупки).

Еще одна сложность, нуждающаяся в разъяснении покупательского поведения, – это рациональная и эмоциональная составляющие процесса принятия решения о покупке. Традиционно считалось, что маркетинговые коммуникации должны апеллировать к рациональным мотивам покупательского поведения (такие критерии как цена и качество являются решающими) [3; 9]. Появление нейро-, и эмпирического маркетинга доказало, что в основе покупательского поведения лежат эмоции.

Специалисты в сфере маркетинга установили, что огромная часть мышления человека происходит бессознательно (смешение впечатлений, эмоций и опыта, которые сложно проанализировать) [9; 10; 11]. Как отмечает источник, «вместо того, чтобы рассматривать покупателей как логически мыслящих людей, которые покупают товары, чтобы решить свои проблемы, нужно выйти за рамки функциональности товара и посмотреть, как он влияет на жизнь потребителя» [9].

М. Холбрук и Э. Хиршман развили концепцию «обработки информации», согласно которой поведение покупателя – эмпирический процесс, посредством которого выражаются чувства радости и удовольствия [12]. Насыщенность традиционных каналов коммуникаций и их снижающаяся эффективность побудили изучить гамму эмоций людей и выявить взаимосвязь переживаний покупателей с визуальным мерчендайзингом и логистикой. Так появился нейромаркетинг, его основателем стал Арндт Трайндл [10]. Маркетинг может повлиять и на мотивацию, и на поведение, если предлагаемый товар рассчитан на удовлетворение нужд покупателя.

Поэтому мотивы совершения покупок можно разделить на:

- рациональные;

- эмоциональные (иррациональные);
- смешанные (выбор совершается рационально, частично под влиянием эмоций).

Рациональные мотивы характеризуются тем, что покупатель точно знает:

- что ему нужно для удовлетворения потребности (определенный товар, марка), его количество;
- количество денег, которые он может потратить;
- критерии выбора, которые он установит в зависимости от степени важности (цена, качество, эстетические свойства товара и т.д.);
- источники информации о товаре;
- место совершения покупки.

Большинство психологов склоняется к тому, что рациональные мотивы контролируются эмоциональным подсознанием [9; 10; 11].

Известно, то эмоциональные мотивы характеризуются следующим:

- товар человеку не так уж нужен, но он покупает его под влиянием внешних факторов (импульсная покупка);
- товар человеку нужен, но место покупки, время, цену, товарную марку, модель он выбирает под влиянием эмоций.

Смешанные мотивы наиболее распространены. В них преобладают как рациональные, так и эмоциональные критерии.

Итак, *рациональное покупательское поведение* – действия и поступки покупателей, имеющие продуманную и осознаваемую направленность, которые принимаются ими в отношении товара; определяется стремлением к увеличению объективных показателей (здоровье, красота, выгода) с одной стороны и возможностью отвергать автоматические эмоциональные решения.

Эмоциональное покупательское поведение – действия и поступки покупателя, основанные на его эмпирических переживаниях и гедонистических потребностях, когда все этапы процесса принятия решения проходят на подсознательном уровне.

В начале XXI века Том Питерс в исследовании отметил влияние и перспективность женщин как потребительского сегмента для большинства категорий товаров [11]. Позже исследователями подтверждена эта идея: выделены характерные отличия покупательского поведения и принятия решения о покупке мужчин и женщин, предложена гендерная модель маркетинга, которая обобщает проявления «женской» культуры [12].

Данная гендерная модель послужила источником для определения и создания эффективных маркетинговых коммуникаций, как в СМИ, так и на местах продаж. Значимое исследование гендерных аспектов покупательского поведения провела исследователь [13]: выявленные социокультурные, временные факторы и принципы общения обоих полов полезно учитывать при формировании коммуникативной политики и создании рекламных сообщений.

В настоящее время большинство розничных торговых предприятий (особенно сегмента «премиум») стремятся использовать альтернативные маркетинговые коммуникации, тем самым вызывая многообразие эмоциональных откликов со стороны людей [14; 15]. Это часто нивелирует силу рациональных мотивов в процессе принятия решения о покупке. Поэтому оптимальное использование инструментов и технологий визуального мерчандайзинга может учитывать рациональные и эмоциональные критерии процесса принятия решения о покупке. Это будет способствовать созданию благоприятной атмосферы в торговом зале, и как следствие, качественному управлению процессом принятия решения о покупке.

Таким образом, внимательный подход к изучению эмоционально-гендерного фактора, безусловно влияющего на процесс принятия решения о покупке, поможет розничному торговому предприятию более эффективно подходить к выбору коммуникаций и технологиям мерчандайзинга, что отразится на финансово-экономических показателях его деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P. Consumer Behavior. New York: The Dryden Press, 1986.
2. Howard, J.A. and Sheth, J.A. The theory of Buyer Behavior. New York: J Wiley and Sons, 1969.
3. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. Маркетинг в розничной торговле. Учебно-практическое пособие. – М.: ФБК-ПРЕСС, 2012. – 224 с.
4. Алешина И.В. Поведение потребителей. Учебное пособие. – М.: Фаир-Пересс, 1999. – 234 с.
5. Гилберт Д. Управление розничным маркетингом / Пер. с англ. – М.: Инфра-М, 2005. – 569 с.
6. Парамонова Т.Н., Депутатова Е.Ю. Влияние традиционного и эмпирического маркетинга на поведение покупателя //Маркетинг. – 2009. - № 4. – С. 27-33.
7. Депутатова Е.Ю., Баскаков В.А. Аспекты изучения покупательского поведения в контексте гендерных и эмоциональных особенностей влияния на него: Статья. //Psychology of the 21st century: theory, practice, prospect: materials of the VI international scientific conference on February 15–16, 2016. – Prague: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2016. – 105 p. – С. 6-13.
8. Депутатова Е.Ю. Вопросы влияния глобальных изменений на покупательское поведение //Системная инженерия. 2017. - № 1-1 (5). – С. 22-26.
9. Шмитт Б. Эмпирический маркетинг: как заставить клиента чувствовать, думать, а также соотносить себя с вашей компанией / Пер. с англ. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 400 с.
- 10.Трайндл А. Нейромаркетинг. Визуализация эмоций / Пер. с нем. А. Гордеевой. – М.: Альпина Паблишерз, 2011.
11. Питерс Т. Жизненный цикл инноваций / Пер. с англ. – М.: Вершина, 2004. (The Circle of Innovation). – 212 с.
12. Experimental Marketing Consumer Study // Journal of Marketing, 2007. - № 1. – 67 p.
13. Барлетта М. Как покупают женщины. – М.: Вершина, 2004. – 272 с.

14.Гаврилина О.П., Цветкова А.Б. Уровень сервиса как элемент бренда магазинов класса «люкс» //Бренд-менеджмент. – 2013. - № 4. – С. 214-220.

15.Гаврилина О.П., Цветкова А.Б. Ассортимент и пространство как элементы бренда магазинов класса «люкс» //Бренд-менеджмент. – 2014. - № 6. – С. 366-371.

Дрюпина К. В.

студент

Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта

г. Калининград, Россия

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ИМИДЖА РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСА "АСТЕР"

Объектом проведенного исследования стал ресторанный комплекс «Астер». Цель работы - исследование имиджа ресторанного комплекса "Астер", обусловила решение следующих задач:

1. Обоснование актуальности маркетингового исследования имиджа компании.
2. Оценка имиджа с использованием результатов опроса.
3. Оценка степени соответствия реального имиджа позитивному.

Ясное, четкое изложение проблемы является ключом к проведению успешного маркетингового исследования. Зачастую констатация того, что объем продаж падает, рыночная доля уменьшается, является только симптомами, а важно выявить причины, вызвавшие эти тенденции. Общее правило, которым нужно руководствоваться при определении проблемы маркетингового исследования, состоит в том, что оно должно позволить исследователю получить всю необходимую информацию относительно управленческой проблемы и служить ориентиром в процессе работы над проектом.

Поэтому для выполнения первой задачи исследования были подобраны четыре компонента: качество обслуживания, меню, удобство посещения и интерес визита, каждый из которых был уточнен, с помощью набора характеристик (параметров). На оценке внешнего имиджа отражаются конкретные параметры, которые наиболее весомы для потребителей при выборе заведения. Анализ этих параметров и поможет выявить проблемы

ресторанного комплекса. На рисунке 1 представлены параметры для анализа имиджа компании.

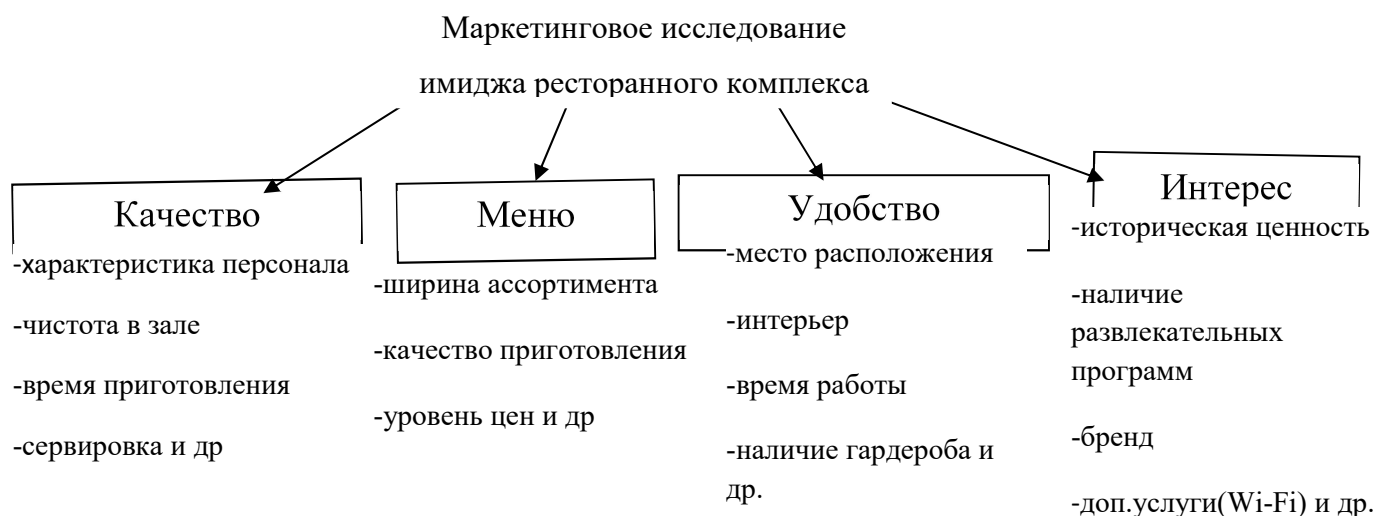


Рисунок 1-Маркетинговое исследование имиджа ресторанного комплекса.

Оценка внешнего имиджа ресторанного комплекса "Астер" и его компоненты определялась по формуле:

$$\bar{b} = \frac{1}{m \cdot n} \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n b_{ij} ,$$

где b_{ij} — балльная оценка j -го потребителя степени соответствия i -го параметра позитивному имиджу;

n — количество опрошенных потребителей;

m — число рассматриваемых параметров.

На основании полученного среднего значения могут быть сделаны выводы о степени соответствия реального имиджа предприятия позитивному в соответствии со шкалой. (Рис.2)

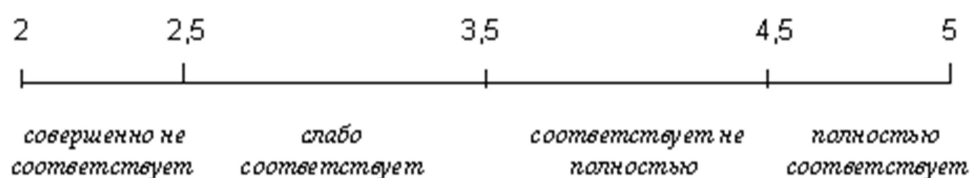


Рисунок 2-Шкала оценки соответствия корпоративного имиджа предприятия позитивному имиджу

Полученные результаты по оценке параметров среди опрошенных сведены в итоговую таблицу

Таблица- Оценка параметров внешнего имиджа ресторанного комплекса
"Астер"

Параметры внешнего имиджа	Средний бал	Оценка соответствия параметров позитивному имиджу
Характеристика персонала	4,6	полное соответствие
Чистота в зале	3,6	слабое соответствие
Время приготовления блюд	4,1	неполное соответствие
Разнообразие меню	3,8	неполное соответствие
Сервировка стола	4,5	полное соответствие
Качество приготовления	4,7	полное соответствие
Приемлемость цен	3,5	слабое соответствие
Место расположения	4,2	неполное соответствие
Время работы	3,8	неполное соответствие
Интерьер	3,5	слабое соответствие
Историческая ценность	4,6	полное соответствие
Наличие развлекательных программ	3,8	неполное соответствие
Бренд	3,03	слабое соответствие
Доп. услуги(Wi-Fi)	3,8	Неполное соответствие

В ходе маркетингового исследования было выявлено, что у ресторанного комплекса «Астер» складывается недостаточно позитивный имидж, поскольку такие параметры как чистота зала, уровень цен, интерьер и бренд имеют оценку “слабое соответствие”. В силу недостаточной известности ресторанного комплекса, визуальная атрибутика организации "Астер" не ассоциируется с брендом у посетителей. Сам интерьер нуждается в обновлении, дизайн в изменении стиля под современный образ ресторана. Чистота в зале зависит непосредственно от самих сотрудников, качество уборки от клининга, а более доскональный контроль должен проводить администратор. Уровень цен соответствует формату заведения, поскольку в ресторанном комплексе, они

должны быть выше среднего. В то же время такой критерий, как историческая ценность имеет высокий средний балл среди опрошенных респондентов, равно как и сервировка стола, вежливость персонала и качество приготовления имеют высокие показатели, что свидетельствует о “соответствии нормам” ресторанного комплекса.

Имидж - это сложное явление, состоящее из разных факторов, сливающихся воедино. Поэтому для успешного формирования и поддержания положительного имиджа компании необходимо обращать внимание на все мелочи, тщательно анализируя каждый шаг и обдумывая каждое решение. Итогом проведенного исследования является предложение о разработке плана формирования имиджа ресторана и необходимости следования ему в течение жизненного цикла компании. Важно помнить, что все элементы плана должны быть взаимосвязаны и работать как единое целое. Важно стремиться к тому, чтобы желаемый имидж соответствовал реальному. Разработка плана является следующим этапом исследования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Управление маркетингом. Оценка имиджа фирмы. [электронный ресурс] – URL: <http://www.dl5.ru/331-imidzh-firmy.html> (дата обращения - 28.09.2017)
2. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия <http://www.cfin.ru/press/marketing/2001-3/12.shtml>. (дата обращения - 20.09.2017)
3. Портер, М. Конкурентное преимущество / М. Портер. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. -152с.

Едуш А.А.

ЭС-25

Студентка IV курса экономического факультета
Таганрогского института управления и экономики
г. Таганрог, Россия

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ЗАТРАТ

Одной из важнейших проблем на предприятии являются проблемы по управлению затратами, связанные с экологией, это объясняется рядом причин.

Одной из этих причин является то, что затраты, связанные с экологией на отраслевых предприятиях, могут быть значительными. Ещё в 1996 году Ранганатан и Дитц объявили, что затраты, связанные с экологией компании Атосо составляли около 22% от суммы всех операционных издержек. Так же за несоблюдение экологических норм государство предусматривает наложение крупных штрафов, при этом размер этих штрафов в последние десятилетие значительно вырос. Именно поэтому соблюдение законодательства и уменьшение затрат, связанных с экологией, становится одной из главных задач на предприятии. Общество так же требует от предприятий соблюдения этих норм и выбора наиболее благоприятного способа производства для окружающей среды. Репутацию социально ответственной компании пытается заслужить всё большее количество компаний, ведь от этого стали зависеть их продажи, имидж на рынке в целом. Это побуждает компании на развитие системы измерения издержек экологического характера, ведения отчетности по ним и мониторинга.

После проведения исследования Эпштейн и Роя было замечено, что многие компании не в состоянии определить издержки экологического характера, в связи с этим они не могут их контролировать, и тем более снизить их. В большинстве бухгалтерских систем учета они определяются в виде общих накладных расходов и являются скрытыми, что ведет к распределению их не по целевым затратам, а если они всё-таки и распределяются по ним, то это происходит произвольно. В связи с этим нельзя определить зависимость между

экологическими затратами и соответствующими продуктами, процессами и базовыми видами деятельности.

Затраты, связанные с экологией необходимо относить к отдельным разделам затрат, анализировать в разрезе отдельных категорий и следить за целевым отнесением этих затрат на продукцию. Для этих целей можно воспользоваться концепцией ABC. Знания объемов и категорий экологических затрат и причин их появления дает информацию для менеджеров, которая необходима как для более эффективного управления экологическими затратами за счет перепроектирования процессов, так и для снижения загрязняющих веществ, выбрасываемых в окружающую среду.

Исследователи Хансен и Мендоза выявили, что низкое качество окружающей среды обуславливает экологические затраты и эти затраты по своей сути похожи на издержки качества. Так же они считают, что необходимо периодически составлять отчет об экологических затратах, исходя из тех же принципов, как и при отчете качества затрат, это помогает определить общие экологические затраты организации, связанные с созданием, выявлением, устранением и недопущением ухудшения окружающей среды. Использование классификации, аналогичной издержкам на качество, позволяет выделить в отчете следующие четыре категории экологических затрат.

Затраты по предупреждению экологических проблем - расходы, связанные с деятельностью по недопущению отходов, которые могут причинить вред окружающей среде. Примерами таких затрат могут послужить расходы по переработке продуктов, получению сертификатов об удовлетворении требований международных и национальных стандартов, а также издержки, связанные с проектированием и применением процессов по снижению уровней загрязнения, подготовке работников.

Затраты на проведение экологической оценки- расходы, которые несет компания для того, чтобы гарантировать, что виды деятельности, процессы и продукты, производимые предприятием, соответствуют законодательству и установленным нормам. Примером таких издержек могут быть затраты на

соответствие нормам продуктов и процессов, выполнение тестирования на загрязнение окружающей среды, виды деятельности, связанные с аудитом окружающей среды.

Затраты, понесенные при внутреннем обнаружении недостатков экологического характера – расходы, связанные с деятельностью по устранению или снижению отходов до уровней, не превышающих требований законодательства. Примером могут послужить издержки на удаление токсичных материалов и переработку отходов.

Затраты, понесенные при внешнем обнаружении недостатков экологического характера – расходы, которые связаны с деятельностью, выполняемой после выброса отходов в окружающую среду. Примером таких издержек могут послужить затраты на очистку зараженной почвы, восстановление почвы до естественного состояния, очистку нефтяных выбросов и переработку отходов. Данная категория затрат в наибольшей мере влияет на предприятие, так как формирует отрицательное мнение о предприятии, на котором не соблюдаются нормативы.

Отчет об экологических затратах по формату должен быть похож на отчет о затратах на обеспечение качества, в котором каждая из категорий затрат выражается в процентах выручки от реализации продукции (или операционных издержек), при помощи этого можно сопоставить текущие данные с данными предыдущего периода, показателями других организаций и подразделениями в самой группе. Отчет об экологических затратах должен использоваться как механизм привлечения внимания топ-менеджеров, которые должны знать, сколько их организация тратит денег на экологические проблемы в целом и по каждой категории, в частности. Кроме того, этот отчет должен привлекать внимание менеджеров к участкам, имеющим самый высокий потенциал снижения издержек. Основной недостаток отчетов – они только сообщают о тех экологических затратах, за которые компания несет ответственность, и не включают издержки, порождаемые деятельностью компании, но которые несет общество. Например, утрата участков для рекреационного использования и

ухудшение состояния экосистем, что часто происходит при утилизации твердых отходов. Предпринимаются попытки разработать нефинансовые и (или) количественные показатели, способные привлечь внимание к тому, вносит ли организация свой вклад в защиту окружающей среды, т.е. насколько она социально ответственна.

Помимо подходов, описанных выше, экологические последствия продуктов должны оцениваться и при помощи калькуляции на основе жизненного цикла продукта. Другими словами, экологическими последствиями следует управлять уже на этапе планирования и разработки, а не на производственном этапе, когда значительная доля экологических затрат уже понесена. И наконец, следует обратить внимание, что включение экологической составляющей в ведомость сбалансированного учета уже принято на вооружение рядом компаний, так как это позволяет стыковать их экологическую стратегию с конкретными показателями функционирования. Модель на основе ведомости сбалансированного учета требует, чтобы экологические цели в ней были четко выделены, а затем трансформированы в конкретные показатели функционирования. Кроме того, при применении ведомости сбалансированного учета компании должны описывать основные программы, требующиеся для достижения каждой цели, а также устанавливать целевые значения по каждому показателю функционирования. Для получения обратной связи от отчетов в них следует также указывать данные по фактическим показателям.

Ильченко И.А.

к.х.н., доцент,

доцент кафедры управления Таганрогского института

управления и экономики,

г. Таганрог, Россия

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА ПРЕДПРИЯТИЯ И ВЫБОР СТРАТЕГИИ ЕГО РАЗВИТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОТРАСЛИ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ)

Энергетическое машиностроение является отраслью, обеспечивающей работу энергетического комплекса государства и его отдельных регионов, поэтому выбор обоснованной стратегии развития его предприятий определяет успешную работу всей отрасли. В свою очередь, для обеспечения эффективной деятельности современного предприятия его руководству необходимо иметь представление об уровне конкурентоспособности предприятия, а также о его конкурентных преимуществах, изучать тенденции развития рынка своей продукции и прогнозировать их влияние на будущее компании. В качестве объекта исследования было выбрано предприятие отрасли энергетического машиностроения ОАО ТКЗ «Красный котельщик», объектом исследования являлось отраслевая микросреда предприятия. Цель данной работы заключалась в изучении конкурентной среды данного предприятия и выработке рекомендаций относительно стратегии его развития.

ОАО ТКЗ «Красный котельщик» осуществляет свою основную хозяйственную деятельность на энергомашиностроительном рынке, причем в настоящее время около 60% электростанций в России и странах СНГ оснащены котельным оборудованием, изготовленным на данном предприятии. Основными видами деятельности предприятия являются проектирование, производство и реализация продукции энергетического машиностроения (паровых котлов большой, средней и малой мощности, подогревателей высокого и низкого

давления, оборудования химводоочистки), а также изготовление сосудов, работающих под давлением, металлоконструкций, станков специального назначения и деталей к ним. Производственная структура включает семь цехов, в которых имеется необходимое оборудование для обеспечения технологических процессов.

Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия за последние три года показал, что имеет место отрицательная динамика объема выпускаемой продукции: в 2015 г. по сравнению с 2014 г. объем выпуска продукции сократился на 36,39%, а в 2016 г. по сравнению с 2015 г. – на 45,54%. Основная причина снижения объемов производства связана с отсутствием и приостановкой запланированных в бюджете сбытовых контрактов. Кроме того, в российской экономике и промышленности сохраняется тенденция к стагнации, что также негативно повлияло на темпы роста производства. В 2016 г. по сравнению с 2015 г. имела место положительная динамика среднегодовой стоимости активов, выручки, валовой и чистой прибыли: среднегодовая стоимость имущества возросла на 10,41%, выручка – на 163,93%. Капиталоотдача в 2016 г. составила 0,75 руб./руб., т.е. на каждый рубль активов было получено 75 коп., что на 44 коп. (или на 141,93%) больше, чем в 2015 г., что является положительным фактором. Основными приоритетными рынками для сбыта продукции ОАО ТКЗ «Красный котельщик» являются рынки России, СНГ, Ирана, Ирака, Индии, Вьетнама и Пакистана.

Анализ конкурентной среды ОАО ТКЗ «Красный котельщик» проведен с использованием модели М. Портера, которая предполагает существование пяти движущих сил, определяющих возможный уровень прибыли на рынке. Для отдельных характеристик была использована 3-балльная шкала (1 балл – низкий уровень, 2 балла – средний, 3 балла – высокий). Первая сила модели М. Портера – это соперничество существующих в отрасли компаний. Основными крупными конкурентами ОАО ТКЗ «Красный котельщик» являются:

1) АО «Подольский машиностроительный завод», выпускающий паровые котлы различной мощности и параметры для отечественных и зарубежных ТЭС;

2) ЗАО «Барнаульский завод энергетического машиностроения», являющийся одним из крупнейших поставщиков тягодутьевых машин (вентиляторы, дымососы) на российский рынок;

3) Филиал АО «АЭМ-технологии» «Атоммаш» (г. Волгодонск), выпускающий оборудование для атомной энергетики, нефтегазохимического комплекса и тепловой энергетики.

Одним из основных факторов, влияющих на внутриотраслевую конкуренцию, является устойчивость отрасли по росту объемов производства. Как отмечалось ранее, в последние три года ОАО ТКЗ «Красный котельщик» имеет отрицательную динамику в отношении фактического объема производства и сбыта продукции, что объясняется обострением конкуренции и расширением рынков сбыта конкурентами. Другим фактором выступает уровень концентрации производителей в отрасли, однако данный фактор не оказывает сильного давления на ОАО ТКЗ «Красный котельщик», поскольку территориально заводы находятся на достаточно удаленном расстоянии друг от друга (за исключением «Атоммаша»). Выходные барьеры из отрасли оказывают достаточно сильное влияние, поскольку выход предприятия из отрасли будет связан с отказом от высокоспециализированных активов, затратами на переориентацию предприятия на выпуск другой продукции. Впоследствии к затратам на выход из котлостроительной отрасли добавятся издержки на внедрение в новую отрасль. Кроме того, помимо экономических издержек, существуют стратегические и имиджевые барьеры, которые тем или иным образом вынуждают предприятие оставаться в данной отрасли, а также разного рода ограничения со стороны правительства и региональных властей. Продуктовая дифференциация производителей отражает многовариантность основной продукции предприятий-производителей отрасли. Так, ОАО ТКЗ «Красный котельщик» выпускает оборудование как для ТЭС, так и для атомной

энергетики, в то время как «Атоммаш» выпускает оборудование только для атомной энергетики, а АО «Подольский машиностроительный завод» и ЗАО «Барнаульский завод энергетического машиностроения» специализируются на выпуске оборудования для ТЭС. Таким образом, в целом уровень внутриотраслевой конкуренции в настоящее время невысок (7 баллов), в виду слабой степени насыщенности, концентрации и продуктовой дифференциации рынка. Это отвечает среднему уровню угрозы.

Вторая сила модели М. Портера связана с угрозой появления новых конкурентов на рынке. Данная сила не оказывает существенного влияния на ОАО ТКЗ «Красный котельщик», поскольку входные барьеры в отрасль являются достаточно высокими. Для успешного внедрения на энергомашиностроительный рынок и прибыльного функционирования, необходим гарантированный объем производства, который «новичку» в отрасли будет достичь непросто. Кроме того, энергомашиностроительный рынок является фондоемким, а, следовательно, для входа на рынок необходимы высокие инвестиционные вложения. Общая оценка второй силы составила 12 баллов, следовательно, уровень угрозы средний.

Третья сила модели М. Портера – угроза появления товаров-субститутов (заменителей) – не оказывает существенного влияния на деятельность ОАО ТКЗ «Красный котельщик». Она равна 1 балл, что соответствует низкому уровню угрозы.

Четвертая сила модели М. Портера связана со способностью поставщика (производителя) диктовать свои условия. Данная сила оказывает существенное влияние, поскольку поставляемые материалы для завода (металл, комбинированные материалы) не имеют заменителей и имеют первостепенное значение для завода. Оценка составляет 7 баллов, и это высокий уровень угрозы.

Пятая сила модели М. Портера (способность покупателей диктовать свои условия) оказывает существенное влияние на ОАО ТКЗ «Красный котельщик». Это связано с тем, что большинство стран, являющихся традиционным рынком

сбыта для продукции завода (Китай, Индия, Вьетнам, Иран), за последние годы значительно продвинулось в создании собственной базы энергетического машиностроения и в большей степени – котлостроения. Так, если еще несколько лет назад в Китае занимались изготовлением котлов, проекты которых были копией котлов, поставленных в Китай ОАО ТКЗ «Красный котельщик», то в настоящее время для типовых блоков 200-300 МВт они способны создать собственный котел. Возможности индийских фирм, занимающихся котлостроением, также значительно выросли, и сегодня они также способны сами изготавливать котельное оборудование по лицензиям западных фирм. И в этих странах действительно наблюдается значительный рост объемов собственного производства. Кроме того, низкие цены изготовления и затраты на транспортировку в этих странах, а также протекционистские государственные меры могут негативно повлиять на сбыт продукции завода. Общая оценка 9 баллов, т.е. высокий уровень угрозы.

Таким образом, внешняя микросреда ОАО ТКЗ «Красный котельщик» по модели М.Портера характеризуется следующим уровнем угроз для деятельности данного предприятия: уровень угрозы внутриотраслевой конкуренции – средний, уровень угрозы входа на рынок новых участников – средний, уровень угрозы со стороны товаров-заменителей – низкий, уровень угрозы со стороны поставщиков – высокий, уровень угрозы ухода потребителей – высокий. Учитывая специфику котельного производства и многолетний опыт работы предприятия в данной отрасли можно рекомендовать стратегию фокусирования – совершенствование выпускаемой продукции в соответствии с потребностями российской и зарубежной энергосистем и постоянное улучшение применяемых технологий и бизнес-процессов. Также к перспективным направлениям деятельности можно отнести и разработку проектов по реконструкции, модернизации и модификации объектов котлонадзора, что также находится в сфере компетенции специалистов данного предприятия и будет востребовано на рынке энергетического машиностроения.

Исаенко Н.Н.

к.э.н., доцент,

доцент кафедры экономики Омского государственного университета путей

сообщения

г. Омск, Россия

СТРАТЕГИЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ОБЩЕЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Разработка стратегии мотивации и стимулирования персонала является составной частью общей стратегии организации.

В целом понятие «стратегия организации» может быть определено как совокупность принципов ее деятельности с учетом ее перспективных целей и выбора инструментов достижения целей. В литературе чаще всего используют понятие «конкурентная стратегия», имея в виду то, что любая стратегия обеспечивает реализацию конкурентных преимуществ.

В тоже время существуют и общекорпоративные стратегии, они более обширны, но менее используются в хозяйственной практике. Общекорпоративные стратегии рассматривают деятельность организации как единого целого. Конкурентные стратегии являются более действенными. Многие авторы не разделяют общекорпоративные и конкурентные стратегии.

Существует большое количество методологических подходов к разработке стратегий [1].

К примеру, предписывающая группа включает разработку стратегии как «большой модели», которая является результатом сознательного мыслительного процесса. Здесь широко используется SWOT -анализ. Этот подход предполагает, что внешнюю среду можно проанализировать и предсказать довольно с большой вероятностью.

Представителем «школы планирования» является И. Ансофф. В результате планирования я, по мнению И. Ансоффа, возникает система

сбалансированных показателей, с помощью которой общекорпоративные ценности доводятся до сотрудников[2]. В своей работе он выделяет четыре основные стратегии. Это, во-первых, стратегия проникновения на рынок. Во-вторых, стратегия разработки новых товаров. В-третьих, стратегия развития рынка. И в-четвертых, стратегию диверсификации. Эти стратегии считают эталонными.

Известна модель М. Портера, созданная в 80-е годы прошлого века. В этой модели главное преимущество отдано конкурентному анализу. Она разработана на основе модели пяти сил конкуренции М. Портера [3].

Кроме этой классификации стратегий существуют и так называемые эталонные стратегии. В качестве их первой группы можно отметить стратегии концентрированного роста. Они могут быть связаны с изменением продукта или рынка. То есть в данном случае организация пытается найти новые рынки для уже известного продукта. Или возможен иной вариант - когда она совершенствует продукт для уже завоеванной части рынка. Ко второй группе эталонных стратегий следует отнести расширение бизнеса путем добавления новых структур. Это стратегии интегрированного роста.

Принципы развития организации по стадиям жизненного цикла позволяют определить ее стратегические и тактические цели. Сейчас отсутствует единая модель жизненного цикла организации. Разные авторы выделяют разное количество стадий в развитии организации. Основные модели жизненного цикла представлены на Федеральном образовательном портале[4]. Среди них наиболее известна модель Адизеса[5]. Широко известна в настоящее время стратегия «школы предпринимательства».

Дж. Б. Куинн рассматривает стратегию как паттерн[6]. Он считает, что стратегия развивается через определенные сочетания внутренних и внешних обстоятельств и это позволяет достичь единомыслия руководства.

Следовательно, исследование литературы по стратегиям предприятия показывает, что существует множество методов их разработок. Сложность разработки стратегии заключается в том, что стратегии определенного вида

учитывают ограниченное число факторов. Одновременно те методы, которые могут использовать значительное количество факторов (к примеру, кластерный анализ) тоже не всегда могут учитывать особенности отдельных рынков, перспективы их развития, особенности конкуренции. Поэтому, на наш взгляд, при разработке стратегии предприятия следует использовать многообразие методов. Поэтому стратегия каждой организации уникальна.

Стратегия стимулирования как составная часть общей стратегии предприятия основывается на тех принципах управления, которые общеприняты в рыночной экономике. Это, во-первых, комплексность. Она предполагает, что при построении стратегии стимулирования необходимо учитывать все факторы, влияющие на деятельность организации. Имеются в виду и факторы внутренней и внешней среды. Если говорить о внутренней среде, то здесь важна организация выполнения работ, в том числе согласованная работа всех служб предприятия и нормирование труда. Важно также выполнение всех правовых норм, регулирующих деятельность организации.

Во-вторых, основными в работе организации и разработке систем стимулирования труда являются технические факторы производства, они обеспечивают персонал капитальными благами и инновациями.

В-третьих, от финансовых результатов зависит возможность материального стимулирования-размер заработных плат, премий и т.д.

В-четвертых, важны моральные факторы, которые определяют психологический климат в коллективе.

Кроме того, важной является системность - она устраняет противоречия между факторами. Системность позволяет создать сбалансированную систему стимулирования. Не менее важным является и творческий подход к работе. Особенно это касается специалистов и руководителей организации.

Важен и принцип гибкости труда. Он проявляется, главным образом, в способности реакции оплаты труда на показатели эффективности труда работников. Современной российской системе присуща недостаточная

гибкость оплаты труда. Эта проблема решается через введение системы оплаты через участие в прибылях, грейдинг и т.д. Учет этих обстоятельств позволяет разработать комплексную систему стимулирования персонала, дающую серьезный мотивационный эффект.

Учет этих принципов позволяет разработать комплексную систему стимулирования персонала, дающую серьезный мотивационный эффект.

При формировании стратегии стимулирования персонала следует учитывать общие принципы стимулирования. Исходя из этих принципов, при создании систем стимулирования персонала необходимо учитывать всю совокупность стимулов, которые организация может использовать, гибкость и маневренность их использования, гарантированность стимулирующих воздействий и прозрачность систем стимулов. Кроме того, важен учет индивидуальных факторов.

С учетом всего сказанного, можно представить общий подход к разработке систем мотивации и стимулирования в виде этапов.

Первый этап- определение цели стимулирования персонала, к примеру, обеспечить устойчивую мотивацию через разработку эффективной системы стимулирования.

Вторым этапом может быть определение задач- рост производительности труда, развитие бизнеса, справедливость оплаты труда, связь результатов деятельности работников с конечными результатами работы организации.

На третьем этапе в соответствии с общей стратегией организации разрабатывается стратегия стимулирования персонала. При этом важно учитывать принципы стимулирования - полный учет трудового вклада работника;

- сохранение работников организации;

- развитие корпоративной культуры;

- связь трудового вклада работника и конечных результатов деятельности организации.

Четвертый этап предполагает определение структуры стимулирования-материальное денежное стимулирование, материальное неденежное стимулирование, нематериальное стимулирование.

Стратегия стимулирования может способствовать формированию и развитию корпоративной культуры организации, Она призвана также обеспечить связь стимулирования и введения инноваций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Спивак В.А. Управление персоналом. М., 2010. 226 с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. Пер с англ. СПб, Питер. 2000.-ПМер с англ. СПб, Питер. 2000. 414с.
3. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. Пер с англ. М., Альпина Бизнес Букс. 2005. 454 с.
4. Федеральный образовательный портал Экономика, Социология, Менеджмент <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/198166.html>
5. Адизес И.К. Управление жизненным циклом корпорации. СПб(б) Питер. 2007. 236с.
6. Нечаева Т. Стратегическое планирование и стратегический маркетинг: некоторые вопросы методологии. Проблемы теории и практики управления. 2016. №9. С.111-114.

Калугина С.А.,

к.т.н., доцент,

РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия,

Макаров А.А.,

к.э.н., доцент,

ВГИК им. С.А. Герасимова, г. Москва, Россия,

Волошина О.В., доцент,

КрНУ им. М. Остроградского, г. Кременчуг, Украина

КАЧЕСТВО ОБСЛУЖИВАНИЯ И ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ

Проблема качества товаров и услуг всегда будет актуальной. Согласно общепринятой терминологии, «качество – степень соответствия присущих характеристик требованиям» [1; 10; 16]. Объектом может быть деятельность или процесс, продукция, организация, система или отдельное лицо.

Все выше сказанное имеет прямое отношение к розничной торговле, так как качество обслуживания покупателей напрямую влияет на конкурентоспособность торговых предприятий.

Основная задача торгового обслуживания – обеспечение высокого качества торговых процессов по удовлетворению спроса покупателей при должном уровне культуры обслуживания, «определяемой профессионализмом и этикой обслуживающего персонала» [2]. В свою очередь, высокая культура торгового обслуживания способствует увеличению товарооборачиваемости, позволяет уменьшить издержки обращения, увеличить валовый доход, повысить прибыль предприятия торговли, сформировать «репутационный капитал» организации [3; 5; 8; 9; 11; 12; 13; 14; 15].

Качество торгового обслуживания напрямую зависит от работы персонала, необходимости обеспечения контроля за его работой и обратной связи по результатам контроля [14]. Эффективными средствами,

позволяющими усилить позиции компании на рынке, являются стандартизация и регламентирование работы персонала. Наличие системы корпоративных ценностей, внутренних стандартов обслуживания и системы аудита персонала являются важными конкурентными преимуществами торговой организации.

При разработке внутренних стандартов работы персонала и обслуживания клиентов важно определить критерии, которым они должны соответствовать. Исследователь предлагает использовать следующие критерии:

- конкретность – формулировки должны быть четкими и конкретными;
- измеряемость – совершаемое действие должно быть измеряемо и четко зафиксировано;
- реальность исполнения – требования стандарта не должны противоречить или взаимоисключать друг друга;
- «прозрачность» и понимание сотрудниками целей, которые достигаются за счет соблюдения стандарта (критерий особенно важен для стандартов, регулирующих контакт с клиентами);
- актуальность – стандарты должны соответствовать задачам, требованиям и стратегии компании;
- комплексность – стандарты должны регламентировать работу всего персонала компании;
- экономическая целесообразность введения стандартов, т.е. расходы по их разработке и внедрению должны быть экономически оправданы [7].

На наш взгляд, критерий «комплексность» следует расширить, дополнив его параметром «комплексность и взаимосвязанность», поскольку стандарт должен обеспечивать «слаженность» работы всего персонала и достижение общей цели – увеличение прибыли компании, являющейся «клиентоориентированной».

Качество торгового обслуживания должно быть гарантировано и измерено. Для его оценки необходимо использовать внешний (путем

проведения программ «Таинственный покупатель» и опросы реальных покупателей) и внутренний контроль/аудит, причем, совмещать их.

Для проведения внутреннего контроля работы персонала целесообразно разработать оценочные листы (чек-листы), основываясь на внутренних, т.е. утвержденных в компании, стандартах обслуживания клиентов. Критерии оценки (показатели) должны быть максимально конкретными. Некоторые специалисты-практики [6] предлагают делать их в виде закрытых утверждений, на которые можно ответить однозначно. Сумма положительных оценок даст количество баллов, полученных сотрудником, что позволит оценить его работу, отслеживать изменения в динамике и сравнивать их работу между собой.

Другие авторы [4] предлагают использовать квалиметрический подход с балльной шкалой оценки. Интегральный показатель качества следует разложить на более простые элементы и построить «дерево свойств». В этом случае при разработке документов основными вопросами являются: «Какой уровень сервиса предоставляют покупателям в данном магазине?», «Как осуществляется взаимодействие продавцов с покупателями?», «Насколько соответствует работа сотрудников внутренним стандартам обслуживания?».

Принцип построения системы оценки качества – выделение основного показателя (в данном случае, прибыль). Затем по методу исключения выстраивается логическая цепочка свойств объекта, которые отражают удовлетворение потребностей потребителей с помощью оцениваемого объекта, до «квазипростых» свойств, не предполагающие последующего деления. При этом, нельзя использовать нечеткие формулировки свойств.

Другим параметром является «клиентоориентированность» персонала, «разбиваемая» на составляющие: «Доступность», «Внешний вид», «Обслуживание покупателя». Потом, они детализируются до «квазипростых» свойств (например, наличие фирменного бейджа и т.д.).

Для оценки каждого квазипростого свойства исследователь [4] предлагает использовать шкалу от - 4 до +4, которая является трехуровневым шаблоном ("очень плохо"-"нейтрально"-"очень хорошо"). Данная методика позволяет

количественно показать уровень соблюдения внутренних стандартов сотрудниками предприятия. Имея такую информацию, руководство может оперативно определить фактическое состояние уровня качества обслуживания на своем предприятии и выстроить эффективную кадровую политику.

Однако, для разработки эффективной стратегии развития компании целесообразно учитывать степень лояльности, степень удовлетворенности потребителей, их сохранение (удержание) и степень эмоционального одобрения, наиболее высокой формой которого является рекомендация.

Обобщая представленную информацию, отметим, что успех торговой организации зависит от того, насколько полно и эффективно были удовлетворены потребности потребителей. Обеспечение высокого уровня обслуживания покупателей, зависящее, во многом, от сложившихся систем мотивации труда персонала и оценки его работы, формирует конкурентное преимущество данной организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. ИСО 9000-2015 «Система менеджмента качества. Основные положения».
2. ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения».
3. Депутатова Е.Ю. Качество и культура обслуживания как факторы конкурентоспособности розничного торгового предприятия: Статья. //Современные тенденции развития науки и технологий. – 2016. - № 9-3. – С. 76-79.
4. Завада И. Оценка качества персонала как залог успешности: Статья. //Управление магазином. – 2012. - № 1. – С. 14-16.
5. Иванов Г.Г., Майорова Е.А. Нематериальные активы в повышении эффективности розничной торговли: Статья. //Экономика. Бизнес. Банки. – 2016. - № 3 (16). – С. 68-80.
6. Ивлева Т. Контролируем качество обслуживания клиентов: Статья. //Управление магазином. – 2012. - № 1. – С. 104-108.

7. Ивлева Т. Стандарты обслуживания покупателей: разрабатываем и внедряем: Статья. //Управление магазином. – 2012. - № 1. – С.96-104.
8. Календжян С.О., Николаева М.А. Корпоративная политика организации: Статья. //Торгово-экономический журнал. – 2016. - Т.3. - № 1. – С. 67-79.
9. Калугина С.А., Макаров А.А., Депутатова Е.Ю. К вопросу о качестве и культуре торгового обслуживания населения: Статья. //Социосфера. – 2016. - № 2. – С. 19-23.
10. Лифиц И. М. Товарный менеджмент: учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — М.: Издательство Юрайт, 2014. — 405 с.
11. Матвеева О.П., Гаркушева М.П. Качество услуги по реализации товаров в розничной торговой сети потребительской кооперации теория, оценка и направления повышения: Монография. – Белгород: Изд-во БУПК, 2010. – 290 с.
12. Матвеева О.П., Гаркушева М.П. Реализация товаров в розничной торговле потребительской кооперации: проблемы и направления повышения качества: Монография. – Белгород: Изд-во БУПК, 2013. – 310 с.
13. Никишин А.Ф. Качество обслуживания как нематериальный ресурс торговых организаций: Статья. //Проблемы экономики и менеджмента. – 2016. - № 3(55). – С. 68-71.
14. Никишин А.Ф., Панкина Т.В., Шипилова С.С. Мотивация персонала торговой организации: Статья. //Приволжский научный вестник. – 2016. - № 5 (57). – С. 107-110.
15. Николаева М.А., Калугина С.А. Торговая политика организаций розничной торговли. – М.: ОЦПКРТ, 2009. – 20 с.
16. Николаева М.А. Теоретические основы товароведения: учеб. для вузов /М.А. Николаева. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2015.

Караваев В.Е.

к.м.н., профессор, ФГБОУ Ивановская государственная медицинская академия, кафедра детских инфекционных болезней и эпидемиологии,

Иваново, Россия

Философова М.С.

к.м.н., ассистент, ФГБОУ Ивановская государственная медицинская академия, кафедра детских инфекционных болезней и эпидемиологии Иваново, Россия

Лихова И.Н.

к.м.н., доцент, ФГБОУ Ивановская государственная медицинская академия, институт последипломного образования, кафедра общественного здоровья

Иваново, Россия

КАЧЕСТВО МЕДИЦИНСКОЙ ПОМОЩИ КАК НАВИГАТОР ЭФФЕКТИВНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Рассмотрено значение экспертной оценки для совершенствования работы медицинских организаций, повышения качества медицинской помощи и устойчивого развития здравоохранения, являющегося основной социальной структурой общества.

Несмотря на значительные экономические вливания и изменения в здравоохранении, неудовлетворенность результатами реформирования среди населения, организаторов здравоохранения и сотрудников, работающих в данной отрасли, достаточно велика. Для успешной работы здравоохранения и достижения желаемых результатов необходимо не только вложение материальных средств и внедрение современных технологий, но и разумное, рациональное использование человеческих ресурсов [1,2]. Нередко поток «новаторств», часто западного образца, когда главным в оценке работы являются экономические и статистические критерии и показатели, можно трактовать как путь к самоуничтожению. Современное управление в данной отрасли имеет характерную особенность: оно не стыкуется с реальностью.

Последствия нововведений организаторы здравоохранения не всегда просчитывают ни экономически, ни с социальных позиций. В реорганизации и модернизации здравоохранения на первый план нередко выступают организационные решения (объединить, сократить, реорганизовать в новые структуры), не всегда способствующие достижению целей здравоохранения - улучшению качества и эффективности медицинской помощи. Потому и получается, что хотели как лучше, а получилось как всегда. Руководители либо не знают, либо забывают, что любая организационная перестройка – это всего лишь средство, инструмент для достижения каких-либо целей. Поэтому создается видимость бурной деятельности при игнорировании реальных проблем. Необходима не имитация бурной деятельности, а эффективные, экономически просчитанные преобразования.

Совершенствование системы управления означает повышение качества планирования, прогнозирования и эффективного использования ресурсов в здравоохранении. Развитию отрасли мешает навязчивое желание некоторых реформаторов придерживаться западной модели здравоохранения, вместо того чтобы заимствовать и привносить полезные направления развития в уникальную и адаптированную отечественную систему.

Другой эпохи у нас нет и быть не может (для этого нужно время), а проблемы необходимо решать здесь и сейчас. Для решения многих вопросов необходимо заинтересовать медицинский персонал в результатах своего труда. Решив только эту проблему, очень многое в здравоохранение встанет на свои места. Любые предложения по совершенствованию системы здравоохранения будут действительно работать на модернизацию только в том случае, если в них будет четко просматриваться мотивация и реальная заинтересованность всех сторон участвующих в процессах диагностики и лечения: государства, медицинских учреждений, врачей, медицинских сестер, руководителей и больных. Тем более, когда в обществе насаждается идеология кошелька и успеха. Поэтому очень важно формировать механизмы, позволяющие с экономических позиций улучшать качество медицинской помощи (КМП), тем

более что это является влечением времени [3,4]. Серьезной причиной неудач реформирования здравоохранения в сложившейся ситуации является отсутствие зависимости между КМП и заработной платой медицинского персонала. А в некоторых медицинских учреждениях не учитывают даже и количественные показатели, такие как количество пролеченных больных.

Большую помощь в объективизации реального положения дел в лечебных учреждениях оказывает экспертная работа. Она позволяет взглянуть на себя объективно, представляет срез состояния дел и анализ текущей ситуации на конкретный момент, соответствие оказываемой лечебно-диагностической помощи стандартам. Эксперты выявляют слабые и сильные стороны медицинской организации, потенциальные возможности. Достигается это путем сравнения состояния диагностики и лечения (внутренних резервов) организации с возможностями. Основные точки изучения при экспертизе – диагностика, лечение, обслуживание больных. Анализ результатов экспертизы помогает принятию эффективных управленческих решений, определиться – в каком направлении должно развиваться ЛПУ, и сориентироваться с вложением ресурсов. Экспертиза качества медицинской помощи — это ориентир, позволяющий после изучения текущей ситуации принимать объективные тактические решения.

Экспертиза является одним из инструментов, который может оказать существенное влияние на реорганизацию работы медицинских учреждений, упорядочить процесс управления здравоохранением. В таких условиях выявление проблемных и отработка методических и организационных вопросов, взаимодействие с медицинскими работниками первого контакта (сотрудниками скорой помощи и участковыми врачами) по вопросам качества диагностики, организации госпитализации, оказанию помощи на догоспитальном этапе особенно актуальна. Большое значение имеют встречи экспертов по результатам проверки непосредственно с исполнителями и проведение конференций с врачами, на которых проводится разбор наиболее типичных недостатков, выявляемых в процессе работы эксперта.

Результаты экспертизы качества являются достаточно информативным материалом для обоснованного принятия управленческих мер руководителями здравоохранения и руководителей исполнительной власти. Они позволяют составить общую картину, которая имеет место быть в здравоохранении области, района, медицинской организации и наметить план реорганизации. Эксперты выявляют точки роста для конкретного лечебного учреждения, а организаторам здравоохранения необходимо их осмыслить и принимать соответствующие меры. По выявляемым проблемам следует оперативно принимать адекватные меры по устранению имеющихся недостатков, что обеспечит качественное выполнение порядков и стандартов медицинской помощи и повысит эффективность работы.

Было бы несправедливо оценивать сложившуюся ситуацию в медицине как безнадежно запущенную. Происходящие изменения видны не только медицинским работникам, но и пациентам, и они их оценивают позитивно. Государство сделало и делает немало, чтобы улучшить и выровнять положение, но предстоит еще большая работа по дальнейшему оздоровлению здравоохранения.

Проблемы не приходят к нам извне, они вырастают из нас самих, наших недостатков, нашего невежества, и они будут всегда, пока мы не разберемся в том, что их порождает. В доме, где умелый хозяин и хорошо налажена работа, любые нестандартные ситуации воспринимаются спокойно, а проблемы решаются легко.

Экспертиза наглядно показывает картину состояния современной медицины и является, в ряде случаев, отражением по-настоящему драматичного её состояния. Нужно использовать не только внутренние корпоративные резервы, но требуются и значительные материальные вливания, а также повышение престижности труда медицинских работников. За последние десятилетия общество и медицинское сообщество изменились очень значительно, что даже вложение больших денег в здравоохранение вряд ли приведет к быстрым и существенным изменениям качества медицинской

помощи. Для этого следует возрождать самоуважение медицинских работников, повышать их жизненную устойчивость, достоинство, кроме того, должна быть соответствующая среда в стране, регионе, в медицинском сообществе и ряд других составляющих. Одними деньгами сложившуюся ситуацию не изменить.

Результаты деятельности экспертов, если их подвергать анализу и учитывать в дальнейшей работе, важная составляющая совершенствования медицинской деятельности и польза от неё бывает несомненной. Когда недостатки пытаются скрыть, то обычно терпят неудачу. Из ошибок следует извлекать уроки. Те, кто недооценивает, не понимает или не принимает результаты работы экспертов, платит за это очень дорогую, а порой и страшную цену. Экспертная работа должна являться одним из ключевых рычагов в совершенствовании системы здравоохранения. Одной из задач, стоящих перед экспертами, предусматривается разрушение стереотипов, отказ от устаревших, неправильных подходов, необходимость будоражить умы сотрудников. Взгляд стороннего человека на качество их работы, указания на имеющиеся проблемы, дает импульс к развитию, способствует профессиональному росту. Без вскрытия недостатков нельзя прийти к истинному свету. Замечания экспертов, которые являются высокопрофессиональными специалистами, способствуют развитию и поддержанию заинтересованности персонала в получении новых знаний.

Уровень оказания медицинской помощи, результаты экспертной оценки, наряду с материальными возможностями, должны учитываться при проведении лицензирования и аккредитации лечебно-диагностического учреждения, поскольку являются объективным критерием качества работы. А персонифицированный учет экспертной оценки деятельности врачей должен являться одним из критериев профессиональной аттестации, как наиболее полно и объективно отражающий компетентность доктора в лечебно-диагностических процессах.

Таким образом, экспертная оценка состояния лечебно-диагностического процесса способствует повышению его эффективности и совершенствованию всех составляющих медицинской деятельности учреждений здравоохранения в новых экономических условиях. Получаемые «срезы», при регулярно проводимом контроле, позволяют корректировать управление персоналом, планировать совершенствование дальнейшей работы медицинских организаций, оказывают позитивную роль на конечный результат работы каждого врача и лечебного учреждения в целом. Объективная оценка состояния дел в медицинских учреждениях и выявляемые недостатки позволяют исправлять их и предотвращать впоследствии.

В здравоохранении в этом направлении сделано немало, но предстоит еще большая работа по модернизации и оздоровлению, что обеспечит социально-экономическое развитие страны и сохранение здоровья граждан.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Караваев В.Е., Варникова О.Р. Эксперт качества медицинской помощи и его роль в совершенствовании здравоохранения // Модернизация российского общества: вчера, сегодня, завтра. Омск, 2014. – С.175-179.
2. Негодов В.Е. Модернизация здравоохранения в приоритетах инновационного развития государства // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. 2011. №6. С.298.
3. Омарова К.А., Магомедова М.М. Актуальные проблемы развития российского здравоохранения // Роль профилактики и реабилитации в обеспечении качества жизни населения на современном этапе. Махачкала, 2013.- С.291-293
4. Улумбекова Г.Э. Здравоохранение России. Что надо делать. Научное обоснование «стратегии развития здравоохранения РФ до 2020 года». М., ГЭОТАР-Медиа, 2010.

*Левицкая В.А.***ЭС-25**

Студентка VI курса экономического факультета
Таганрогского института управления и экономики
г. Таганрог, Россия

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА СИСТЕМУ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА

Прогресс в информационной технологии оказал существенное воздействие на системы управленческого учета на всех предприятиях. Внедрение систем управленческой информации (СУИ) в настоящее время имеет целью обеспечить возможно более быстрый сбор увеличивающихся объемов информации. Эта "текущая" информация затем используется руководством для совершенствования процесса принятия решений и быстрого реагирования на изменения в экономической обстановке.

Одной из разработок информационной технологии является принцип "базы данных". Он заключается в записи всех полученных данных в виде одного "пула" данных без предварительной классификации. Затем пул информации (т.е. база данных) может быть извлечен в любой форме и для любой цели.

Основные выгоды от использования систем базы данных заключаются в следующем: данные вводятся в СУИ только один раз; подобная система позволяет добиться гибкости отчетности.

Прогресс в технологии производства, получившей название "своевременное производство", достигнут только благодаря достижениям в информационной технологии и представляет собой процесс производства, цель которого заключается в изготовлении всех товаров на заказ и сведении к минимуму уровней хранимых запасов (вместе с затратами, связанными с этим).

В результате уменьшения уровней запасов СУИ сокращает также объем учетных сведений, необходимых для учета запасов. Это происходит, потому что запасы больше не представляют собой значительного актива предприятия. Другие выгоды от СУИ включают в себя: совершенствование экономии производственных площадей, и своевременных поставок покупателям.

Для успешного применения новых технологий учёта предприятию необходима СУИ, которая обеспечит руководство информацией о заказах на продажу, партиях продукции, графиках поставок сырья и т.п. по мере их возникновения. Это стало возможным только благодаря достижениям информационной технологии, которые обеспечивают быструю обработку [1].

В последнее время интенсивно развивается концепция систем предоставления информации для управленческого персонала, получивших название Management Information Systems (MIS). Эти системы предназначены для того, чтобы централизованно и в наглядном виде обеспечить менеджеров предприятия необходимой информацией для принятия решений. Упрощая, можно сказать, что постановка управленческого учета эквивалентна созданию MIS.

И это сложная системная задача, которую нужно решать в плохо формализованной и организованной среде российских предприятий. Поэтому трудности внедрения управленческого учета, обуславливаются тем, что, прежде всего, они связаны с организационными проблемами, проблемами обеспечения синхронной и целенаправленной деятельности большого количества менеджеров компании.

Эти сложные организационные задачи могут быть решены с помощью программ класса Orgware (организационный продукт – англ.), которые ориентированы на решение задач систематизации, хранения и обработки преимущественно «неколичественной» информации об организации деятельности предприятия. Первоначально продукты такого класса входили, в качестве специализированных модулей, в состав наиболее мощных западных систем корпоративного управления (SAP/R3, SOCAP, BAAN и др.).

С появлением таких программных средств можно говорить об использовании на практике управления бизнесом и современных технологий организационного управления, получивших название «бизнес-инжиниринг». Эти технологии основаны на применении электронных моделей предприятия: моделей организационно-функциональной структуры, бизнес-процессов, жизненного цикла продукции, а также моделей внешней среды [2].

Таким образом, применение информационных технологий возможно и необходимо уже на начальном этапе постановки системы управленческого учета.

В сложных условиях неопределенности и изменчивости, традиционные общие стратегии, как, например, более дешевый поставщик или дифференциация продуктов/клиентов, уязвимы по отношению к умным и проворным конкурентам. Ведь они могут быстро изменить цены предложения или вторгнуться в вашу клиентскую базу. Поэтому бизнес-аналитика и Big Data сегодня актуальны.

Благодаря существенному развитию информационных технологий в последние десять лет их услуги из поддерживающего бэк-офиса превратились в критическую и стратегическую функцию. А требования пользователей в быстром получении ИТ-услуг, в большом объеме информации и сложном оборудовании способствовали значительному росту ИТ, которые во многих организациях попали в категорию существенных расходов. Было принято контролировать их.

В некоторых отраслях, работающих с большими объемами информации, например в финансовых компаниях, расходы на ИТ достигли 10% выручки. Поэтому многие организации стали обращать внимание на управленческие расходы и эффективность услуг ИТ-подразделений. Что и привело в настоящее время к использованию многих методов управленческого учета, применяемых в коммерческом производстве и сфере услуг, специально для ИТ-функций. Так, с помощью метода ABC- проводится многомерный анализ затрат, измерение и мониторинг эффективности создания внутреннего рынка ИТ, визуально

представляются расходы на потребителя/клиента, а затраты планируются на основе драйверов.

Так пришли к необходимости управлять расходами на ИТ, создав «внутренний ИТ-рынок». А чтобы это было выгодно всем (ИТ-службам, пользователям и всей организации), внутренние поставщики и их клиенты содействуют на основе взаимовыгодных отношений и пользуются управленческим учетом для обеспечения внутренних платежей, как поставщикам услуг общих центров обслуживания.

Такие платежи помогают создавать рынок услуг для пользователей и установить на основе расчета затрат эффективные «трансфертные цены» для заключения соглашений об уровне обслуживания (SLA) — основного документа, регламентирующего взаимоотношения провайдера ИТ-услуг и пользователей этих услуг.

ИТ-подразделение больше не может просто поставлять информацию и моделировать управленческий учет. Руководитель и специалисты данного подразделения должны видеть свой вклад и добавочную ценность в обеспечении стратегических возможностей организации. И именно использование методов управления эффективностью позволяет перенести внимание с технологий и ежедневных операций с ними на оказание услуг своим пользователям. И управленческий учет необходим как раз для поддержки внутренних ИТ и управления общими сервисными подразделениями как бизнесом.

Часто активисты по управленческому учету и сторонники прогрессивных методов сталкиваются с препятствиями новых технологий, которые не поддерживают сотрудники или менеджеры. И такое отношение не позволяет большому числу организаций переходить на более высокий уровень зрелости в использовании методов управления.

Для того чтобы организации развивались, управленческий учет должен стать агентом перемен. Его специалисты своим опытом могут демонстрировать коллегам необходимость применения прогрессивных методов и методологии

ЕРМ (это программный комплекс управления проектами) на практике и мотивировать их на преодоление социальных, поведенческих и культурных барьеров [3].

Будущее же управленческого учета и его новый тренд связаны с такими новыми технологиями, как in-memory-chip и аналитикой со скоростью мысли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1) Управленческий учет. Система управленческой информации (СУИ). Электронный ресурс URL: https://www.audit-it.ru/terms/accounting/upravlencheskiy_uchet.html (Дата обращения 03.10.2017).
- 2) Система управленческой отчетности Электронный ресурс URL: http://bigc.ru/consulting/consulting_projects/finance/budget/uprav_otchet.php (Дата обращения 10.10.2017).
- 3) Финансовая и управленческая бизнес-аналитика Электронный ресурс URL: <http://www.rea.ru/ru/org/faculties/finfak/Pages/finansovaya-i-upravlencheskaya-biznes-analitika.aspx> (дата обращения 10.10.2017).

Лейман Т.И.

к.э.н., доцент кафедры
экономической теории и прикладной экономики
Тюменского государственного университета
г. Тюмень, Россия

Нерсисян З.С.

студентка 2 курса направления «Экономика»
магистерская программа "Экономика
и правовое регулирование бизнеса"
Тюменского государственного университета
г. Тюмень, Россия

СТРАТЕГИЯ РОСТА РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

Актуальность исследования обусловлена, прежде всего, тем, что интеграция российских предприятий с каждым годом становится все более важным вопросом в рамках развития мировой рыночной экономики.

Если сравнивать иностранные компании и российские, то последние значительно отстают на международном уровне. Для выхода отечественных компаний на мировые рынки существует масса проблем, и в первую очередь это связано со значительным отставанием развития бизнеса, поскольку традиционные представления о формировании стратегии роста отечественные руководители зачастую представляют абсолютно иначе от своих иностранных конкурентов, или порой вовсе не придают ей значения. Отсюда и глобальное отставание в менеджменте, управлении и развития бизнеса в целом.

Каждая компания, которая представляет собой эффективно отлаженный бизнес, должна иметь свои стратегически обоснованные цели. Стратегия развития – один из ключевых факторов, определяющие стоимость компании.

В России стратегия роста крайне редко формализована на корпоративном уровне, однако потенциал роста – важный фактор инвестиционной привлекательности компаний [2, с.36].

В каждой стране существует свои особенности ведения бизнеса. При этом культура и традиции той или иной страны имеют непосредственное отношение и к ведению бизнеса. Так российским предпринимателям присущи:

- комплекс самостоятельности и автономности;
- проявление индивидуализма;
- отчуждение от общества и психологически защищены от социального неодобрения;
- открытое противопоставление государству.

Для российских компаний усугубляет развитие сложившиеся политические и экономические события в последние годы. Так состояние российского бизнеса в последние годы можно охарактеризовать следующим образом:

- закрытость экономики, которая приводит к снижению уровня конкурентоспособности предприятия;
- мировая конкурентная борьба оказывает усиление как на внутренних рынках стран между российскими производителями и иностранными конкурентами, так и на мировом – между отдельными компаниями;
- проблемой доступности недорогих финансовых ресурсов (% по кредитам);
- проблемы с учетом легкости открытия и ведения бизнеса;
- проблемы внедрения инноваций и их применение в ходе ведения деятельности;
- нарастающее технологическое отставание российских предприятий от компаний из развитых и некоторых развивающихся стран [1, с.3].

Отметим, что наряду с описанными выше проблемами, российские предприятия обладают и неиспользованными в полной мере серьезными конкурентными преимуществами, к которым можно отнести:

- сохранившийся достаточно высокий образовательный и научный потенциал;
- богатые природные ресурсы (при условии существенного повышения эффективности их использования);
- ряд уникальных производств, прежде всего, в оборонно-промышленном комплексе;
- потенциал повышения эффективности государственного управления;
- возможности региональной интеграции.

Эффективное использование имеющихся конкурентных преимуществ возможно только в результате реализации конкурентной стратегии как неотъемлемой части государственной стратегии.

Таким образом, ключевым механизмом повышения уровня конкурентоспособности российских компаний видится не только грамотная политика менеджмента организаций, но и конкурентная политика на уровне государства, которая посредством стратегически верного определения векторов и приоритетов реформирования, которые ориентированы на жизнеустойчивость и эффективное использование конкурентных преимуществ, позволит достичь такого уровня конкурентоспособности компаний, который необходим для достойного существования в сложных условиях жесткой глобальной конкурентной среды.

Очевидно, что отечественные компании находятся в настоящее время на этапе масштабного роста при неэффективном управлении. Его параметры свидетельствуют о распространении в России модели «рост ради роста».

Для эмпирического тестирования тенденций корпоративного роста в рыночных оценках используем данные рэнкинга Global 2000. Начиная с 2004 года, он составляется и ежегодно публикуется в журнале Forbes [4, с.5].

Стоит отметить, что рэнкинг включает в себя крупные компании мира, ранжирование которых производится по специальной смешанной формуле, учитывающей объем продаж, прибыль, активы и рыночную стоимость.

Поскольку, по мнению разработчика, отдельный показатель не сможет отразить реального состояния компании.

Российских компаний в Global 2000 – насчитывается около 30 компаний. Так, лидером из них стал «Газпром», далее «Лукойл», «Роснефть», Сбербанк России, «Сургутнефтегаз».

Таким образом, по результатам анализа эмпирических данных можно отметить то, что корпоративный рост является очевидным приоритетом российских компаний, который проявляется в таких индикаторах как балансовых и рыночных. Вместе с тем, выявленная динамика роста наблюдается на фоне стагнации или понижающегося тренда в показателях эффективности развития, что позволяет квалифицировать отечественную модель корпоративного роста как «рост ради роста», или модель экстенсивного роста [4, с.6].

Итак, мониторинг корпоративного роста и его регулярная оценка качества должны быть неотъемлемым инструментом управления параметрами роста. В обратном случае, динамика развития компаний приводит к дисбалансам, которые способствуют накоплению рисков и в конечном итоге обуславливает системные стрессы [3, с.15].

В отечественной практике, так сложилось, что предприятиям сложно удержаться на плаву, и с целью развития, необходимо выбирать один следующих направлений стратегии роста:

- привлечение заемных средств;
- расширение ассортимента;
- разработка и внедрение новых для предприятия товаров и услуг;
- слияние компаний.

К факторам, которые способствуют развитию рынка слияний и поглощений можно отметить следующие:

- либерализацию рынков капитала и глобализация экономики;
- рост российской экономики, что привело к необходимости расширения финансовых ресурсов;

- положительная динамика отдельных секторов финансового рынка;
- ужесточение требований законодательства к размеру собственного капитала компаний.

Как известно, в зависимости от сочетания различных комбинаций товара и рынка возможны следующие стратегии роста:

- при проникновении на рынок: старый товар на имеющемся рынке;
- при развитии рынка: старый товар на новом рынке;
- при развитии товара: новый товар на старом рынке;
- при диверсификации: новый товар на новом рынке.

Стоит отметить, что особое значение в стратегии роста играет маркетинг, поскольку именно маркетинговая стратегия позволяет выбрать приемлемую систему каналов сбыта. Именно результаты маркетингового анализа помогут выявить слабые и сильные стороны, а также угрозы и возможности. Так к коммуникациям можно отнести:

- рекламу;
- прямой маркетинг;
- связи с общественностью;
- новые информационные технологии.

Таким образом, стратегии роста представляют собой ряд мероприятий, направленных на достижение краткосрочных и долгосрочных целей в рамках развития бизнеса. Стоит отметить, что российские компании значительно отстают от своих иностранных коллег. В результате чего, на международном мировом рынке основная доля участников составляет именно иностранные представители.

Особое влияние оказал экономический кризис, он стал серьезным испытанием на прочность стратегий роста для российских компаний.

Российские компании стали применять стратегии роста в последние годы наиболее активно, однако, выявлены тенденции, которые говорят о том, что большое внимание стратегиям роста придают значение лишь в крупных отечественных компаниях, которые заинтересованы выйти на международный

уровень. Малые и средние отечественные компании зачастую не формируют стратегии роста, это связано прежде всего с ограничением финансовых средств и необходимого уровня управления и ведения бизнеса.

Стоит отметить, что в последние годы на отечественные предприниматели стали активно применять различные инновации, что несомненно повышает уровень конкурентоспособности российского бизнеса в целом. В России именно малый бизнес находится на стадии роста, поэтому именно ему необходимо помогать, в том числе на государственном уровне, что и делает в последние годы представители государственной власти. В рамках поддержки и развития разрабатываются региональные программы, участие в которых может способствовать росту отечественных компаний.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Вечканов А.С., Мезенина Е.А., Чернова И.С. Стратегии роста стоимости бизнеса / А.С. Вечканов, Е.А. Мезенина, И.С. Чернова // NovaInfo.Ru. №63. 2017. – С.1-5.
2. Павлишевская А.Р., Агиевич Т.Г. Проблемы роста конкурентоспособности российских предприятий / А.Р. Павлишевская, Т.Г. Агиевич // Интеллект. Инновации. Инвестиции. Экономические науки. №4. 2016. С.35-38.
3. Хотинская Г.И. Корпоративный рост: теория, финансовые индикаторы, эмпирические закономерности / Г.И. Хотинская // Управленец. Экономика. Менеджмент. Маркетинг. №4(56). 2016. – С.12-17.
4. Хотинская Г.И. Особенности развития российских компаний в условиях экономического роста / Г.И. Хотинская // Вопросы экономики. - №15(153). - 2013. - С.2-10.

Студентка IV курса экономического факультета
Таганрогского института управления и экономики
г. Таганрог, Россия

ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Принятие решений – одна из главных частей работы любого предприятия. Поэтому понимание всех тонкостей процесса принятия решений в различных условиях, знание и применение различных методов и моделей принятия решений играет значительную роль в повышении эффективности работы организации.

Принятие решений является важной частью любой управленческой деятельности. Это выбор того, как и что планировать, организовывать, мотивировать и контролировать. Руководителям различных предприятий приходится перебирать многочисленные комбинации потенциальных действий для того, чтобы найти правильное действие для данной организации в данное время и в данном месте. По сути, чтобы организация могла четко эффективно работать, нужно сделать серию правильных выборов из нескольких альтернативных возможностей [1].

Нередко экономическая ситуация является уникальной по своей неопределенности, а решение в таких условиях должно приниматься сразу и однократно, что порождает необходимость развития уже известных науке и практике методов моделирования принятия решений в условиях неопределенности и риска. В современной экономике часто возникают проблемы, связанные с неполнотой и неопределенностью информации, особенно с её будущим состоянием. При чем в связи с имеющимися внутрисистемными связями, воздействиями различных факторов неопределенность может накладываться друг на друга и в итоге значительно усиливаться. Неопределённость может быть обусловлена социально-

политическими, административно-законодательными, производственными, коммерческими, финансовыми и другими факторами, а также быстро изменяющимися обстоятельствами [2].

Источниками неопределенности ожидаемых условий в развитии предприятия могут служить поведение конкурентов, персонала организации, технические и технологические процессы и изменения конъюнктурного характера. При этом условия могут подразделяться на социально-политические, административно-законодательные, производственные, коммерческие, финансовые. Таким образом, условиями, создающими неопределенность, являются воздействия факторов внешней и внутренней среды организации. Решение принимается в условиях неопределенности, когда невозможно оценить вероятность потенциальных результатов. Это должно иметь место, когда требующие учета факторы настолько новы и сложны, что насчет них невозможно получить достаточно информации. Однако на практике очень немногие управленческие решения приходится принимать в условиях полной неопределенности. Неопределенность проявляется в невозможности определения вероятности наступления различных состояний внешней среды из-за их неограниченного количества и отсутствия способов оценки. Неопределенность учитывается различными способами.

Приведем несколько общих критериев рационального выбора вариантов решений из множества возможных. Критерии основаны на анализе матрицы возможных состояний окружающей среды и альтернатив решений. Матрица, приведенная в таблице 1, содержит: A_j — альтернативы, т. е. варианты действий, один из которых необходимо выбрать; S_i — возможные варианты состояний окружающей среды; a_{ij} — элемент матрицы, обозначающий значение стоимости капитала, принимаемое альтернативой j при состоянии окружающей среды i [2].

Рассмотрим правила выбора альтернатив в неопределенных условиях.

Таблица 1. Матрица решений

Альтернатива	S (состояние среды)					
A	S1	S2	...	S _i	...	S _m
A ₁	a ₁₁	a ₁₂	...	a _{1i}	...	a _{1m}
	...	...	...	...	...	...
A _j	a _{j1}	a _{j2}	...	a _{ji}	...	a _{jm}
A _n	a _{n1}	a _{n2}	...	a _{jn}	...	a _{nm}

1. Правило максимин (критерий Ваальда). В соответствии с этим правилом из альтернатив a_j выбирают ту, которая при самом неблагоприятном состоянии внешней среды, имеет наибольшее значение показателя. С этой целью в каждой строчке матрицы фиксируют альтернативы с минимальным значением показателя и из отмеченных минимальных выбирают максимальное. Альтернативе a^* с максимальным значением из всех минимальных даётся приоритет. Принимающий решение в этом случае минимально готов к риску, предполагая максимум негативного развития состояния внешней среды и учитывая наименее благоприятное развитие для каждой альтернативы. По критерию Ваальда лица, принимающие решения, выбирают стратегию, гарантирующую максимальное значение наихудшего выигрыша (критерия максимина).

$$W = \max_i \min_j a_{ij} \quad (1)$$

2. Правило максимакс. В соответствии с этим правилом выбирается альтернатива с наивысшим достижимым значением оцениваемого показателя. При этом ЛПР не учитывает риска от неблагоприятного изменения окружающей среды. Альтернатива находится по формуле:

$$W = \max_i \min_j a_{ij} \quad (2)$$

Используя это правило, определяют максимальное значение для каждой строки и выбирают наибольшее из них.

Большой недостаток правил максима и максимина – использование только одного варианта развития ситуации для каждой альтернативы при принятии решения.

3. Правило минимакс (критерий Севиджа). В отличие от максимина минимакс ориентирован на минимизацию не столько потерь, сколько сожалений по поводу упущенной прибыли. Правило допускает разумный риск ради получения дополнительной прибыли. Критерий Севиджа рассчитывается по формуле:

$$W = \max_i \min_j a_{ij} \quad (3)$$

Расчёт минимакса состоит из четырёх этапов:

1. Находится лучший результат каждой графы в отдельности, то есть максимум X_{ij} (реакции рынка).
2. Определяется отклонение от лучшего результата каждой отдельной графы, то есть $\max_i X_{ij} - X_{ij}$. Полученные результаты образуют матрицу отклонений (сожалений), так как её элементы – это недополученная прибыль от неудачно принятых решений, допущенных из-за ошибочной оценки возможности реакции рынка.
3. Для каждой строчки сожалений находим максимальное значение.
4. Выбираем решение, при котором максимальное сожаление будет меньше других. Так же применяются и другие критерии и методы [3].

Таким образом, при принятии решения в общем случае необходимо:

- Спрогнозировать будущие условия, например, уровни спроса;
- Разработать список возможных альтернатив;
- Оценить окупаемость всех альтернатив;
- Определить вероятность каждого условия;
- Оценить альтернативы по выбранному критерию решения.

Применение приведенных формальных критериев не позволяет получить единственное оптимальное решение. Но зону неопределенности оптимального решения удаётся уменьшить до множества экономических решений. Одно из главных правил управленческой деятельности гласит: не избегать риска, а

предвидеть его, стремясь снизить до возможно более низкого уровня. Это требует грамотного управления рисками, т.е. своевременного предвидения, заблаговременного выявления неопределенностей и их последствий на деятельность организации для разработки и реализации УР по их уменьшению. Принятие решений является одним из элементов самостоятельного управления деятельностью предприятия. Для российских предпринимателей характерно принятие управленческих решений в условиях неопределённости. Неопределённость может быть обусловлена социально-политическими, административно-законодательными, производственными, коммерческими, финансовыми и другими факторами, а также быстро изменяющимися обстоятельствами. Процесс принятия решений в технологическом аспекте можно представить как последовательность этапов, операций и процедур, между которыми существуют прямые и обратные связи. Фактическое количество этапов, операций и процедур определяется сложностью, типом решаемой проблемы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Овчинникова Т.И., Булгакова И.Н., Хорева М.Г. Анализ принятия управленческих решений в условиях неопределенности // Экономический анализ: теория и практика. №8. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-prinyatiya-upravlencheskih-resheniy-v-usloviyah-neopredelennosti> (дата обращения: 16.10.2017).
2. Черников Александр Павлович. Принятие управленческих решений в условиях неопределенности // Известия БГУ. 2013. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/prinyatie-upravlencheskih-resheniy-v-usloviyah-neopredelennosti> (дата обращения: 16.10.2017).
3. Друри Колин. Управленческий и производственный учет//ЮНИТИ-ДАНА учебное пособие 2013. URL: <http://www.iprbookshop.ru/15486.html> (дата обращения: 16.10.2017).

Макаров А.А.,

к.э.н., доцент кафедры торговой политики,

РЭУ им. Г.В. Плеханова, Москва, Россия

ХАРАКТЕРИСТИКА СУЩЕСТВУЮЩИХ ФОРМ ПРОДАЖИ ЮВЕЛИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

Ювелирная продукция – изделия из драгоценных металлов, а также высокохудожественные изделия из недрагоценных металлов и сплавов, камня, кости в сочетании с камнями-самоцветами природного и искусственного происхождения [10].

Требования к ювелирным изделиям из драгоценных металлов, реализуемым в розничной торговле, отражены в ряде нормативно-технических документов [1; 2; 5]. Их изучение показывает, что основным правилом при торговле ювелирными изделиями в РФ является наличие пробы на любом виде изделия, а для российских производителей необходимым является наличие именного клейма на каждом изделии. Также любое ювелирное изделие должно иметь паспорт, где указывается материал, из которого изготовлено изделие, проба, вес и наличие драгоценных камней или иных декоративных элементов, используемых для изготовления изделия. На ярлыке ювелирного изделия также необходимо указываться вес ювелирного изделия и цену одного грамма ювелирной продукции без учета вставок.

В соответствии с правилами торговли ювелирными изделиями, любая организация, занимающаяся реализацией украшений из драгоценных металлов, должна быть поставлена на специализированный учет. Для постановки на учет она должна предоставить пакет документов, включающих в себя свидетельство о регистрации хозяйствующего субъекта, заявление и заполненную карту о постановке на учет.

Кроме того, особое внимание в правилах торговли ювелирными изделиями уделяется охране магазинов, где реализуется данный вид продукции.

Каждый магазин должен быть оборудован сигнализацией и связью с правоохранительными органами. Охрана магазина по продаже ювелирных изделий должна осуществляться лицензированной организацией, а перевозка ювелирных изделий — на специально оснащённом транспорте.

Главным потребительским параметром ювелирной продукции является её эстетические свойства, и в этом основная её особенность. Некоторые из ювелирных изделий (столовые приборы, запонки и др.) имеют определенное утилитарное назначение. Однако оно не является главным критерием при покупке, основной критерий – это красота изделий. Определенная особенность потребительских свойств ювелирных товаров заключается также в том, что срок службы ювелирных изделий из драгоценных металлов сравнительно высок (исчисляется десятками лет).

Можно выделить следующие формы продажи ювелирной продукции:

- продажа в стационарных магазинах;
- продажа через интернет-магазин;
- продажа товаров на выставках-ярмарках;
- продажа товаров по предварительному заказу.

При стационарной форме реализации продукции осуществляется, как через специализированный мультибрендовый магазин, так и через фирменный магазин. В специализированном ювелирном магазине реализуется продукция от разных производителей, но объединённая общей стилистической концепцией. Чаще всего, такой формат магазина отличается большей глубиной ассортимента, что расширяет возможность покупателя подобрать необходимое изделие. Вместе с тем, уровень торговой надбавки выше, чем на аналогичную продукцию в фирменном магазине товаропроизводителя.

Фирменный магазин – монобрендовое розничное торговое предприятие определенного производителя. Он может находиться как при производстве, так и в любом регионе независимо от степени удаленности. Для производителя фирменный магазин – возможность представить полный ассортимент выпускаемой продукции, ускорить процесс обращения потребительских товаров и сократить звенность товародвижения до минимума [7; 8; 9].

Продажа ювелирных изделий через интернет-магазин относится к дистанционному способу продажи товаров и регулируется соответствующими правилами [2]. Дистанционная торговля позволяет сократить затраты на аренду торговой площади, а также дает возможность потребителю значительно сэкономить время. При этом интернет-магазин пользуется меньшей популярностью у потребителей, что связано со спецификой ювелирной продукции.

Выставочно-ярмарочная деятельность – предпринимательская деятельность в сфере выставочных услуг, осуществляемая для содействия становлению и развитию отношений торгово-экономического, научно-технического и инвестиционного сотрудничества [4]. Выставки и ярмарки ювелирных изделий носят периодический характер и проводятся несколько раз в год. Для производителя это хорошая возможность заключить договор поставки с розничным предприятием. Помимо этого, выставка является способом привлечь новых покупателей к старой продукции и познакомить с новинками. Для потребителей выставки-ярмарки – это возможность приобрести продукцию из лимитированных линеек. Но при этом цена на товары на выставках-ярмарках в ряде случаев выше, чем в стационарных магазинах [11].

Продажа ювелирных товаров под заказ, чаще всего, осуществляется в магазинах, которые занимаются реализацией товаров премиум-класса и выпускают свои изделия маленькими партиями [6].

Рассмотрев вышеперечисленные формы продажи ювелирной продукции можно сделать вывод, что фирменный магазин для организации с собственным производством является наиболее удобной формой доведения данного вида продукта до конечного потребителя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон от 26 марта 1998 N 41-ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях».
2. Постановление Правительства РФ от 27 сентября 2007 г. N 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом».
3. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения». – М.: Стандартинформ, 2014. – 26 с.
4. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 53103-2008 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения». – М., 2014. - 20 с.
5. Отраслевой стандарт ОСТ 117-3-002-95 от 7 декабря 1988 г. «Изделия ювелирные из драгоценных металлов. Общие технические условия».
6. Гаврилина О.П., Макаров А.А. Характеристика элементов концепции "маркетинг-микс" и соответствующая им практика российских компаний, работающих в сегменте товаров класса "люкс": Статья //Северный регион: наука, образование и культура. – 2014. - № 2. – 188 с. – С. 69-75.
7. Макаров А.А., Гаврилина О.П. Предприятия фирменной торговли в сфере розничных продаж: теоретический аспект: Статья //Актуальные проблемы современности: Международный научный журнал. № 3(9) – 2015. – Караганда: РИО «Болашак-Баспа». – 2015. – 179 с. – С.131-134.
8. Макаров А.А., Калугина С.А., Волошина О.В. Формирование ассортимента товаров на предприятии розничной торговли: теоретические аспекты: Тезисы //Теоретические и прикладные исследования социально-экономических систем в условиях интеграции России в мировую экономику. Материалы V Международной заочной научно-практической конференции (1 ноября 2016 года) [Электронный ресурс]. – Тюмень: Тюменский государственный университет, 2016. – 755 с. – С. 349-352.

9. Макаров А.А., Калугина С.А., Депутатова Е.Ю. Характеристика возможных методов продажи товаров в фирменных магазинах: Статья //Вестник научных конференций. 2016. N 10-7(14). С. 331-334.

10. Мельниченко Т.А. Товароведение ювелирных товаров и народного художественного промысла: учебное пособие/ Т. А. Мельниченко. – М.: Феникс, 2014.

11. Парамонова Т.Н., Макаров А.А. Организация выставочной деятельности: УММ. – М.: МИЭЭ, 2015. – 28 с.

Макаров А.А.,

к.э.н., доцент,

Депутатова Е.Ю.,

к.э.н., и.о. доцента,

кафедра торговой политики

РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия

ЗНАЧЕНИЕ МЕРЧАНДАЙЗИНГА В СИСТЕМЕ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ

Мерчандайзинг – одна из прикладных технологий маркетинга и молодая область знаний о покупательском поведении людей. Отметим, что написание термина «мерчандайзинг» нельзя признать устоявшимся: в ряде научных публикациях «мерчендайзинг» на русском языке пишется через «е», в других – «мерчандайзинг» через «а» [1; 2]. Более того, различают мерчандайзинг торгового предприятия и мерчендайзинг производителя (дистрибьютора) [3].

Большинство авторов склоняются к написанию исследуемого термина через букву «а», т.е. «мерчандайзинг» [4 – 8].

Многие исследователи рассматривают понятие мерчандайзинг как один из инструментов маркетинга, способ обеспечения эффективности торговой деятельности. Мерчандайзинг – это маркетинг в розничной торговой точке, разработка и реализация методов и технических решений, направленных на совершенствование предложения товаров, в том месте, куда потребитель традиционно приходит с целью совершить покупку [9, с.15]. Ю.В. Сяглова полагает, что мерчандайзинг – это «система мер и мероприятий, осуществляемых продавцом товара, розничной точкой или сторонним агентством и направленных на такое представление товара для потребителей в месте продажи, чтобы он был хорошо виден и доступен. Все данные меры в конечном итоге ведут к увеличению товарооборота» [10]. Другой автор отмечает, что «мерчандайзинг – это направление маркетинга, способствующее стимулированию розничных продаж посредством привлечения внимания

конечных потребителей к определенным маркам и группам товаров в местах продаж без активного участия торгового персонала» [11].

Существуют также более узкие трактовки исследуемого понятия. Например, по мнению Т.Н. Наумовой, мерчандайзинг представляет собой методику, которая позволяет за счет правильной выкладки товара в торговой точке увеличить как продажу отдельных товаров, так и товарооборот магазина в целом [12]. По нашему мнению, такая позиция представляется необоснованной, т.к. не охватывает области, смежные с выкладкой товара, а именно – интерьер и дизайн, атмосферу магазина, рекламу, вопросы ценообразования, и прочие инструменты на месте продажи и др.

Таким образом, мерчандайзинг – это метод стимулирования конечных покупателей посредством акцентирования их внимания на том или ином товаре в розничном торговом предприятии путем разумного использования устоявшихся привычек и стандартов поведения потребителей и приспособления к ним торгового пространства магазина.

Главная цель мерчандайзинга – увеличить объемы продаж конкретных товаров (или торговых марок), сохраняя и повышая удовлетворение покупателя от процесса совершения покупки. Эта цель достигается путем привлечения внимания покупателей к определенным товарам (маркам, упаковкам) без непосредственной помощи торгового персонала за счет передачи информации непосредственно от товара конечному покупателю.

Задачи, которые призван решать мерчандайзинг в розничном торговом предприятии, достаточно обширны [4]. Отметим, что размещение товарных отделов, товаров и торгового оборудования по правилам мерчандайзинга в сочетании с информационным сопровождением (реклама на месте продаж, информационные указатели, доступная и понятная маркировка товара и т. п.) позволяет активизировать, целенаправленно концентрировать и рационально распределять внимание и прочие познавательные ресурсы покупателей.

Исследователями установлена взаимосвязь мерчандайзинга с системой методов стимулирования продаж [4; 5; 8]. Так, под ценовым стимулированием

понимается повышение привлекательности товара за счет снижения цены на него. Натуральное стимулирование предполагает предложение к товару какого-либо дополнения без изменения цены. Игровое стимулирование – вовлечение потребителей в какую-либо игру, конкурс на обладание товаром. Услужливое стимулирование предполагает дополнительные бесплатные услуги, оказываемые розничной точкой или производителем товара. Перечисленные методы стимулирования продаж являются традиционными, они используются в торговле достаточно длительный период.

Для продвижения товаров повседневного спроса, не имеющих устойчивого потребительского предпочтения, нужно применять новые, более эффективные средства, основанные на учете психологии потенциальных покупателей, к которым относится мерчандайзинг.

Сравнительная характеристика достоинств и недостатков различных методов стимулирования конечных покупателей представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика различных методов стимулирования продаж

<i>Наименование метода</i>	<i>Достоинства</i>	<i>Недостатки</i>
Ценовое стимулирование	Разовое привлечение наибольшего количества покупателей, быстрая распродажа товарных остатков и высвобождение оборотных средств	Сложно контролировать, можно создать ошибочное мнение о ценовом позиционировании товара или магазина, легко копируется конкурентами
Предложение в натуральной форме	Наличие дополнительного положительного влияния на мнение потребителей, более точный расчет бюджета акции	Подарки должны иметь ценность, быть красивыми и функциональными, легко копируется конкурентами
Игровое (активное) стимулирование	Акцентирование внимания на товаре в нестандартной форме	Требуют много времени и внимания у организаторов и потребителей, легко копируется конкурентами
Услужливое стимулирование	Создание комфортных условий для совершения покупки	Легко копируется конкурентами
Мерчандайзинг	Создание уникальной атмосферы магазина, трудно копируется	Требует специфических знаний психологии покупателей или

	конкурентами	привлечение специалистов
--	--------------	--------------------------

Таким образом, в отличие от других методов стимулирования продаж, мерчандайзинг обладает уникальными преимуществами, обусловленными его неценовыми факторами создания конкурентного преимущества магазина (месторасположение, ассортиментная политика, «атмосфера» торгового зала и уровень торгового сервиса), которые не могут быть скопированы конкурентами, и в то же время именно они являются наиболее значимыми для формирования эмоциональной лояльности покупателей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Батюк Д.О., Яковлева И.Ю. Мерчандайзинг как специальная маркетинговая технология //Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2016. – Т. 2. № 12. – С. 314-315.
2. Бусс Д.В. Мерчандайзинг как инструмент маркетинга // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2016. № 2 (23). – С. 50-52.
3. Кметь Е.Б., Ким А.Г. Управление маркетингом: Учебник / Е.Б. Кметь, А.Г. Ким. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. – 308 с.
4. Парамонова Т.Н., Рамазанов И.А. Мерчандайзинг: Учебное пособие. – М.: КноРус, 2007.
5. Алексина С.Б. Методы стимулирования продаж в торговле: Учебник / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов, В.К. Крышталеv, Т.В. Панкина. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. – 304 с.
6. Давыдкина И.Б. Мерчандайзинг: Учебно-практическое пособие / И.Б. Давыдкина. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 162 с.
7. Загребельная Н.С. Мерчандайзинг. Учебное пособие / Н.С. Загребельная. – М.: МГИМО-Университет, 2015. – 188 с.
8. Алексина С.Б. Мерчандайзинг: Учебное пособие /С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 152 с.

9. Канаян К. Мерчандайзинг / К. Канаян, Р. Канаян. – М.: РИП-холдинг, 2017.
10. Сяглова Ю.В. Визуальный мерчандайзинг: концепция продвижения товаров в местах продаж / Ю. В. Сяглова. – Кемерово: Кемер. ин-т. (фил.) РГТЭУ, 2005.
11. Гузелевич Н.Ю. Мерчандайзинг: практика эффективных продаж. – Минск: Изд-во Гревцова, 2008.
12. Наумова Т.Н. Основные принципы и проблемы применения мерчендайзинга //Вестник магистратуры. – 2015. - №9. – С. 56-57.

Макаров А.А.,

к.э.н., доцент,

ВГИК им. С.А. Герасимова, г. Москва, Россия;

Шустова Е.П.,

к.э.н., доцент,

КазГЮИУ, г. Семей, Казахстан

МЕРЧАНДАЙЗИНГ И ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В соответствии с российским нормативно-правовым документом, «розничная торговля – торговля товарами и оказание услуг покупателям для их личного, семейного, домашнего использования» [1]. Аналогичное определение содержится в «отраслевом» Законе Республики Казахстан [2]. Розничная торговля — конечная цепочка взаимодействия продавца и покупателя, при котором происходит купля – продажа товаров и услуг по розничным ценам [3]. Одновременно, розничная торговля — предпринимательская деятельность, связанная с торговлей товарами на основе договоров розничной купли—продажи [4].

В современных условиях сфера розничной торговли характеризуется сильной конкуренцией, которая заставляет участников рынка концентрировать свои усилия на создании преимуществ собственных магазинов. Как отмечает источник, «для того чтобы торговое предприятие отличалось индивидуальностью и привлекало внимание покупателя, необходимо с профессионализмом применять традиционные технологии влияния на потенциального клиента, а также постоянно улучшать такого рода навыки и искать новые пути к востребованности покупателями. Лидирующие представители розничной торговли немаловажной составляющей своего успеха считают внедрение технологий мерчандайзинга» [5].

Мерчандайзинг происходит от английского "merchandising"— искусство торговать. Изучение источников показывает, что существует множество понятий, определяющих значение мерчандайзинга (табл.1).

Таким образом, отметим, что мерчандайзинг – подготовка товаров к розничной торговле. Необходимость его применения была выяснена после того, как было доказано, что 2/3 решений о покупке потребители принимают в торговом зале магазина [6].

Таблица 1 – Обзор дефиниций понятия «мерчандайзинг» [7]

<i>Автор определения</i>	<i>Трактовка определения</i>
Тейн Е.	Мерчандайзинг — комплекс мероприятий, направленных на достижение максимальных оборотов и прибылей для торговой точки и её владельца, при эффективном использовании торгового пространства.
Оксфордский словарь бизнеса	Мерчандайзинг — это сбытовая политика розничного торговца, продвижение и сбыт в своем магазине определенных товаров.
Сагинова О.В.	Мерчандайзинг — комплекс маркетинговых мероприятий, осуществляемых в торговых помещениях, и направленных на то, чтобы "подвести" покупателя к товару и создать благоприятную ситуацию, обеспечивающую максимальную вероятность совершения покупки.
Вертегов В. Г.	Мерчандайзинг — комплекс мероприятий, направленных на создание у потребителя предпочтения, позволяющего выбрать товар под конкретным брендом в торговой точке.
Снегирева В.В.	Мерчандайзинг — самостоятельный вид профессионально осуществляемой деятельности по управлению поведением покупателей, основанный на анализе распределения познавательных ресурсов человека.
Ермолова О.А.	Мерчандайзинг — часть процесса маркетинга, определяющая методику продажи товара в магазине.

Главная цель мерчандайзинга – увеличить объемы продаж, сохраняя и повышая удовлетворение покупателя от процесса совершения покупки. Эта цель достигается с помощью спланированного комплекса мероприятий, включающего в себя: определение необходимого количества товара в торговой точке, принцип его выкладки и размещение рекламных материалов. Кроме того, немаловажную значимость в продвижении продукта играет цветовое оформление, дополнительное освещение, приятный запах, музыка – все это показывает товар с лучшей стороны и создает приятную атмосферу, способствующую покупке.

Задачи мерчандайзинга можно разделить на два блока: внешние и внутренние. К первому относятся: размещение торговых марок, организация

эффективного запаса, продвижение и оформление товара. Второй блок: разработка и внедрение концепции мерчандайзинга, формирование структуры (подразделения) и обучение. Объектами мерчандайзинга являются: поведение покупателей, потребителей и посетителей магазина. Субъекты: специалисты и предприятия, которые изучают потребительское поведение, используют различные методы для влияния на их выбор.

В большинстве изданий авторы выделяют следующие направления мерчандайзинга [7]:

- *Выкладка товаров или экспозиция.* Продукт должен быть хорошо заметным потребителю, притягивать его внимание своим наличием на полке, иметь привлекательный дизайн.
- *Воздействие.* Товар должен хорошо выглядеть и своим видом убеждать посетителя магазина сделать покупку. Известно, что в местах продаж 80% покупателей останавливаются возле рекламной выкладки, а 25% отдают свое предпочтение марке товара под влиянием выкладки.
- *Презентация цены.* Большинство покупателей приобретают товар со скидками. Для них важно понимать пользу покупки.
- *Удобство.* Продукция на полках должна располагаться таким образом, чтобы покупателю было удобно к ней подойти и взять её в руки.

Но необходимо помнить, что у мерчандайзинга есть ограничения, когда точно известно, что он не поможет:

- Если магазин торгует исключительно дешевыми товарами либо товарами малоизвестных фирм, ориентируясь на экономическую обстановку и конъюнктуру местного рынка. Естественно, что если определяющим фактором покупки является цена, то другие инструменты могут не сработать;
- Если товар малоизвестен на рынке;
- Если товар очень дорогой. Чем выше стоимость товара, тем менее спонтанной будет покупка;

- Если товар приобретается покупателем редко (бытовая техника, мебель, автомобили и т.п.);
- Если требуется личный контакт продавца с каждым покупателем и консультативные продажи (например, сложная техника, машины, кухонная мебель и т.д.);
- Если требуется демонстрация товара в действии (парфюмерия и косметика продаются наилучшим образом, когда покупательницы советуются с продавцом, пробуя тот или иной запах, подбирая цвет);
- Если ассортимент товаров одного типа слишком широк. Это может смутить покупателя, которому в данном случае будет проще отказаться от покупки, чем принять решение. Скорее ему потребуется совет и помощь продавца [8].

Таким образом, мерчандайзинг помогает эффективно расположить товар на полках, способствует продвижению новой продукции. Одновременно предоставляет возможность увеличить число импульсивных покупок и времени пребывания посетителя в торговом зале, завоевать новых покупателей и удержать старых. С помощью средств мерчандайзинга у собственника магазина появляется возможность рассказать потребителю о свойствах продукта, создать конкурентное преимущество розничного торгового предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р 51303 – 2013 «Торговля. Термины и определения». – М.: Стандартиформ, 2014.

Закон Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года № 544-ІІ «О регулировании торговой деятельности» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 15.06.2017 г.). Режим доступа: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1047488. Дата доступа: 04.10.2017.

3. Общероссийский классификатор услуг населению (ОКУН).

4. Половцева Ф.П. Организация коммерческой деятельности: Учебник для бакалавров. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 272 с.
5. Парамонова Т.Н., Рамазанов И.А. Мерчандайзинг: Учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов. – М.: КНОРУС, 2010. – 144 с.
6. Сэнд Г.А. Принципы мерчандайзинга /Г.А. Сэнд. – М.: Изд-во Гребцов Паблишер, 2007. – 256 с.
7. Варлей Р. Управление розничными продажами. Мерчандайзинг. /Р. Варлей. – М.: Изд-во Проспект, 2012. – 272 с.
8. Сысоева С.В. Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице /С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. – СПб.: Питер, 2014. – 256 с.

Морозова Е.С.

студентка 2 курса направления «Экономика»

магистерская программа "Экономика

и правовое регулирование бизнеса"

Тюменского государственного университета

г. Тюмень, Россия

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНОВЫМИ РИСКАМИ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ

Управление рисками на железнодорожном транспорте способствует принятию правильных решений, предусматривающих неопределенность условий, вероятность наступления конкретных мероприятий или же событий в будущем, а еще их воздействие на достижение установленных целей организации в области функциональной безопасности объектов инфраструктуры и подвижного состава.

Рассмотрим более подробно, как влияют ценовые риски на железнодорожную инфраструктуру.

Ценовой риск - это риск потерь (прямых убытков либо недополученной прибыли) в результате неблагоприятного изменения рыночных цен [5, с.141].

Ценовые риски на железнодорожном транспорте характеризуются большим многообразием и в целях осуществления эффективного управления ими классифицируются по следующим основным видам (Рис.1):

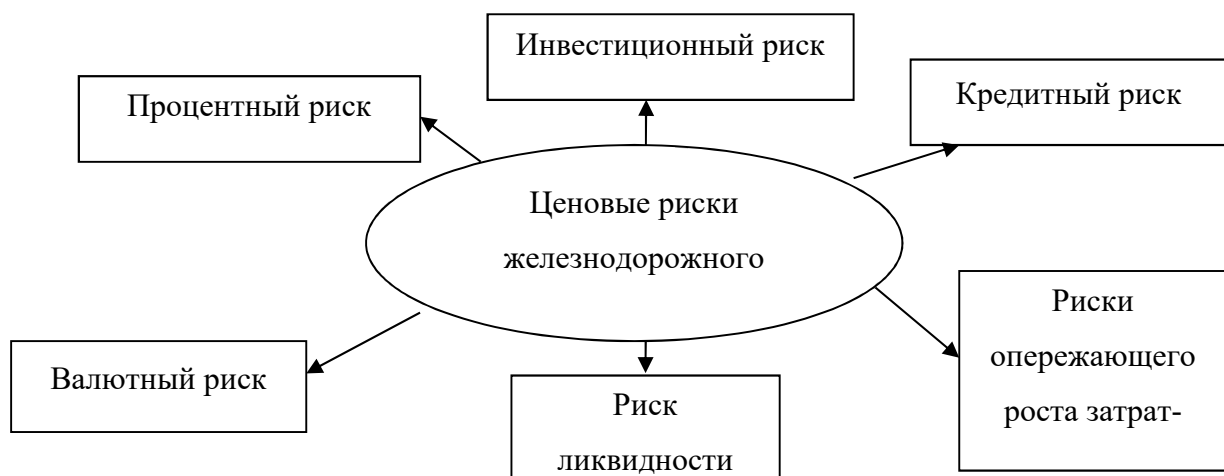


Рис. 1. Классификация ценовых рисков на железнодорожном транспорте.

Источник: [Составлено автором]

1. Инвестиционные риски.

- Он характеризует возможность возникновения ценовых потерь в процессе осуществления инвестиционной деятельности предприятия. Парк пассажирских вагонов в значительной степени изношен, при этом компания не обладает достаточным объемом средств, для инвестирования в подвижной состав. Это может привести к понижению качества и уменьшению размера ж/д перевозок.

2. Риски опережающего роста затрат-расходов затрат на обеспечение пассажирских перевозок в дальнейшем следовании выше роста тарифов на перевозки.

3. Валютный риск.

- Риск роста расходов компании по договорам и контрактам, номинированным в иностранной валюте: договоры с зарубежными контрагентами на оказание услуг по допуску поездов формирования компании к инфраструктуре зарубежных железных дорог, контракты на разработку и поставку пассажирского состава иностранного производства, договоры на проведение расчетов с иностранными перевозчиками по проданным проездным документам[1].

4. Процентный риск.

- Риск возможных потерь возникающих в результате изменения процентных ставок и влияющий на величину процентных обязательств.

5. Риск ликвидности.

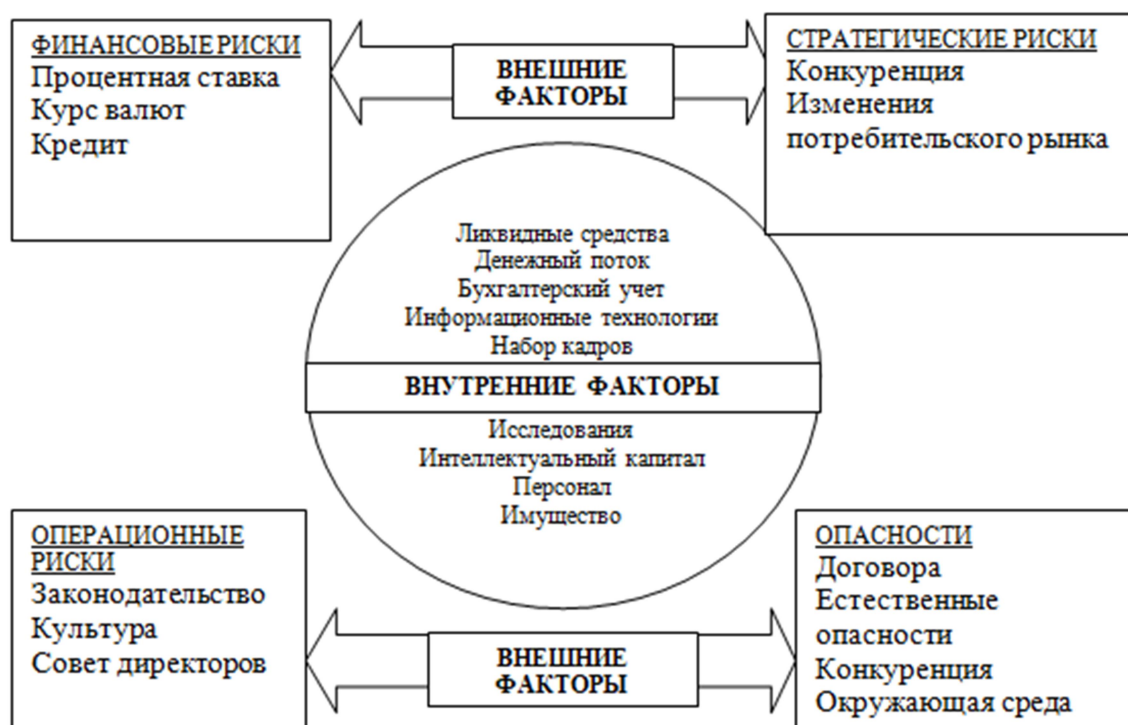
- Риск возможных потерь, возникающих в результате невозможности Компании исполнения своих обязательств.

6. Кредитный риск.

- Риск возможных потерь, возникающих в результате неисполнения банком или контрагентом по финансовым сделкам своих обязательств.

Понижение ценового риска напрямую зависит от диверсификации российской экономики, увеличения структурной доли продукции с высокой добавленной стоимостью. От данного вида рисков также зависит развитие различных видов транспортных услуг, зависящих от стоимости и доступности энергоресурсов. Подобным образом опережающий по сравнению с инфляцией рост внутренних цен на энергоносители приводит к увеличению издержек государственных и частных транспортных компаний, затрат на покупку топлива.

Риски, которым подвержено предприятие железнодорожного транспорта, могут возникать в силу как внутренних, так и внешних факторов. (Рисунок 2).



Источник:[3, с.157]

Рис. 2. Дифференциация рисков в зависимости от внешних и внутренних факторов.

Из внешних факторов, следует отметить источники риска, вызванные кризисом социально-экономического развития в России и отдельных регионов. Также, рыночные источники, обусловленные нарушением надежности или трудностями формирования новых связей, с потребителями, поставщиками, с

проблемами обеспеченности финансовыми, трудовыми, материальными и другими видами ресурсов [5, с.56-90].

В качестве внутренних признаков выделения риска выступают функциональные особенности рисковой деятельности - производственной, финансовой, маркетинговой и др.

Выбор определенных способов анализа риска железнодорожного транспорта находится в зависимости от возможностей информационной базы, требований к конечным итогам (показателям) и к уровню надежности планирования вложений [3, с.156-157].

Корпоративная система управления рисками железнодорожного транспорта имеет свою схему по управлению рисками, более подробно на рисунке 3.



Источник: [3, с.156]

Рис. 3. Схема управления рисками на железнодорожном транспорте.

Процесс разработки и реализации управленческого решения обеспечивается соответствующими нормативно-методическими документами, материально-техническими, финансовыми, трудовыми, информационными ресурсами. Для достижения высокого качества процесса необходимо, чтобы обеспечивающие составляющие также были высокого качества[1].

В ходе реализации данного этапа Департамент корпоративных финансов:

- Выявляет источники (области) возникновения рисков;
- Рассчитывает текущую величину риска;
- Составляет прогноз изменения величины риска в будущем.

Решения об управлении риском принимаются с учетом стоимости соответствующих мероприятий и вероятного уровня потерь на установленном горизонте планирования.

Рассмотрим основные риски на железнодорожном транспорте и определим меры по минимизации этих рисков (Таблица 1).

Таблица 1.

Основные риски и меры по минимизации рисков на железнодорожном транспорте.

Риск	Описание риска	Меры по минимизации риска
1. Процентный риск.		
1.1. В случае изменения процентных ставок	Основным источником процентного риска Компании является изменение чистого процентного расхода при наличии плавающих процентных ставок по обязательствам Компании.	- Анализ волатильности плавающих процентных ставок и соответствующее влияние на портфель заимствований ОАО «РЖД».
2. Кредитный риск.		
2.1. Неисполнения перед Компанией своих обязательств финансовыми институтами или компаниями реального сектора экономики.	Целью управления кредитным риском является соответственно минимизация потерь в результате неисполнения обязательств финансовыми институтами и компаниями реального сектора экономики.	- Установление типовых условий расчета с контрагентами, снижающих величину кредитного риска; - Банковские гарантии; - Поручительства компаний с более высоким уровнем надежности; - Страхование
3. Ценовой риск.		
3.1. Изменение цен на товары.	Ценовой риск возникает в результате изменения цен на следующие товары: - Металлы; - Топливо; - Электроэнергию; - Другие товары, используемые в	- Компания применяет операции хеджирования; - Компания стремится устанавливать, такие, условия расчетов и индексации в договорах с контрагентами, которые позволяли бы максимально нивелировать данный риск.

	операционной деятельности Компании.	
4. Риск ликвидности.		
4.1. Риски неплатежеспособности, риски кассовых разрывов.	Риск ликвидности отражает различные типы как финансовых, так и нефинансовых рисков Компании, связанных с нехваткой денежных средств, для обеспечения своей деятельности и выполнения обязательств.	- Формирует ежемесячный платежный баланс и ежедневный платежный календарь; - На его основе оценивает сальдо выручки и обязательств Компании для каждого календарного периода; - В случае обнаружения разрывов ликвидности принимает решения о привлечении денежных средств; - В случае избытка ликвидности принимает решения о размещении свободных средств.
5. Валютный риск.		
5.1. Риск роста расходов компании по договорам и контрактам, номинированным в иностранной валюте.		- Хеджирование платежей в иностранной валюте, пересмотр условий договоров, номинированных в иностранной валюте.

Источник: [1,2]

Таким образом, железнодорожный транспорт является источником повышенных рисков и опасностей. Под этим подразумеваются негативные последствия, которые возникают или могут возникнуть в результате той или иной деятельности в рассматриваемой сфере.

Критическим моментом для развития транспортной отрасли остаются мировые цены на энергоносители. Ухудшение мировой конъюнктуры в этих сегментах может привести не столько к понижению показателей грузооборота, сколько к понижению прибыли транспортных компаний и, как следствие, к понижению возможностей инвестиций в инфраструктурные проекты [4, с.95].

Наличие большого количества рисков на железнодорожном транспорте распознаются зачастую на интуитивном уровне. Однако вычленить однотипные риски из различных его совокупностей очень сложно, т.к. все риски взаимосвязаны. Одни риски вытекают из других, другие перекрывают их и нельзя с полной уверенностью утверждать, что мы имеем те или иные риски в чистом виде [5, с.56-90].

Работа транспортной системы зачастую сопровождается типичными рисками в постоянной деятельности предприятия, которые присущи как всем экономическим субъектам, так и для железнодорожного комплекса в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт ОАО «РЖД». / Статья управление рисками. Режим доступа: <http://ar2014.rzd.ru/ru/risk-management/threats/>. (Дата обращения: 30.09.2017)
2. Распоряжение ОАО РЖД от 24.12.2010 N 2708р Режим доступа: <http://scbist.com/scb/uploaded/docs/2010/dekabr-2010/5851-rasporyazhenie-oao-rzhd-ot-24-12-2010-n-2708r.htm> (Дата обращения: 30.09.2017)
3. Хохлов Н.В. Управление риском: Учебное пособие – М., 2013. -210 с.
4. Экономика железнодорожного транспорта / Н. П. Терешина, В. Г. Галабурда, В. А. Токарев и др.; под ред. Н. П. Терешиной, Б. М. Лapidуса. – М.: Учеб.-метод. центр по образованию на железн. трансп., 2013. – 676 с.
5. Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски. М.: Дашков и К, 2012. 544 с.

Павляк В.Е.

студент,

(Балтийский Федеральный Университет имени Иммануила Канта)

г. Калининград, Россия

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ КОМПАНИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ООО «СИВИТТА КАЛИНИНГРАД»

Российский рынок консалтинга отличается от зарубежного в силу различных обстоятельств. Долгое время, вплоть до 90-х годов прошлого века, консалтинга как такового в стране не существовало вовсе. В Советском Союзе в таких услугах просто не было потребности – экономика регулировалась государством, а не свободными рыночными механизмами, практически не существовало маркетинга, не было свободного ценообразования. Только с зарождением рыночной экономики и с появлением первых предпринимателей постепенно стали появляться фирмы, специализирующиеся на услугах консалтинга.

Однако в силу активного развития теневой экономики, неразвитости и наличия собственных законов ведения бизнеса, у консалтинговых компаний было мало перспектив и шансов привлечь клиентов. И сейчас, почти 30 лет спустя, до сих пор имеет место наследие 90-х годов в лице бизнесменов, пытающихся максимально урезать затраты во всем и не понимающих важности планирования и стратегического мышления. Как правило, только некоторые предприниматели понимают важность консалтинговых услуг и готовы вкладывать в это средства компании.

Как в России, так и в целом в мире рынок консалтинга растет. С 2011-го по 2016-ый год объем мирового рынка увеличился с 205 до 251 млрд долларов США. Совокупный среднегодовой темп роста (CAGR) составляет 4,13%.

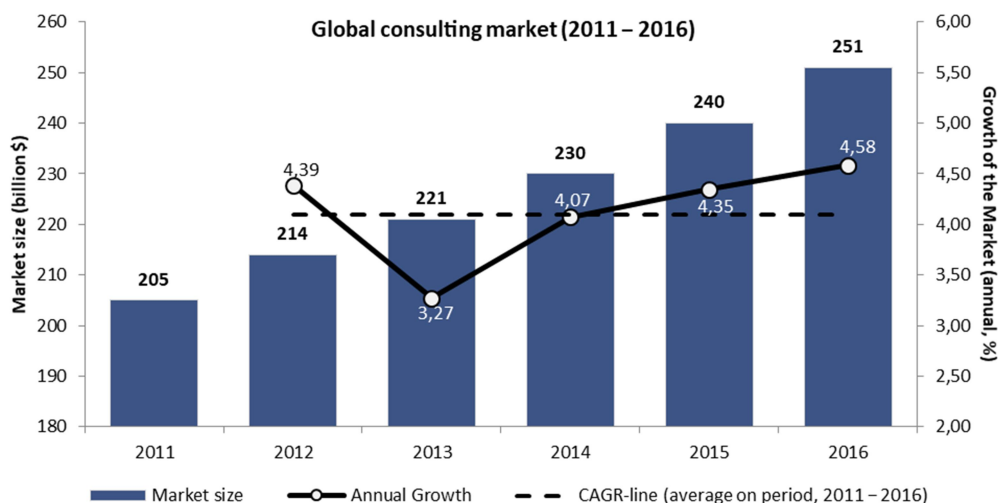


Рисунок 1. Динамика объема мирового рынка консалтинговых услуг (2011-2016 гг.)

Однако, структуры направлений консалтинга в отрасли в России и в мире в целом сильно отличаются. В структуре мирового рынка консалтинга две большие доли занимают операционный консалтинг и финансовый консалтинг (28,29% и 27,89% соответственно), они же показывают и наибольший рост за период с 2011 по 2016 годы (19% и 21%) соответственно. Следует обратить внимание, что доля консалтинга в сфере технологий за это же время, напротив, сильно сократилась (на 37%) и в 2016 г. составила только 19,12%.

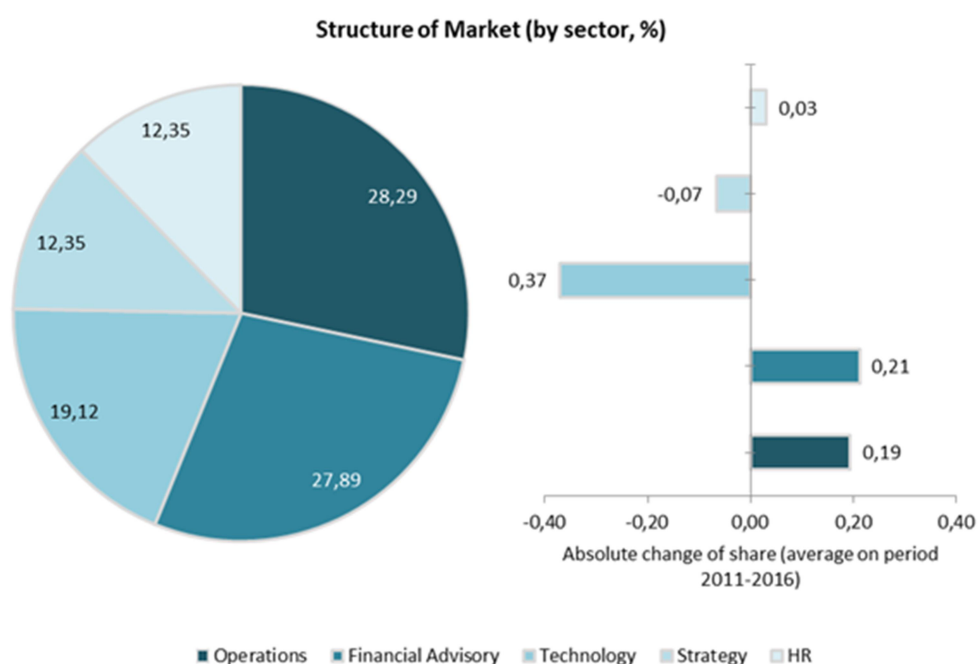


Рисунок 2. Структура мирового рынка консалтинговых услуг на 2016 г.

На российском же рынке консалтинговых услуг можно наблюдать абсолютное доминирование IT-консалтинга над остальными направлениями (64%). Консалтинг в сфере финансов и оценочной деятельности составляет еще 16%. Все остальные секторы консалтинга, включая стратегию, маркетинг, HR, юридические и налоговые услуги и другие, занимают только 20% от всей структуры.



Рисунок 3. Структура российского рынка консалтинговых услуг на 2016 г.

Это объясняется тем, что за исключением сектора информационных технологий российские компании пока слабо доверяют консалтинговым фирмам и не считают нужным пользоваться их услугами.

Так как же позиционироваться консалтинговым компаниям в России в условиях такого молодого и только развивающегося рынка?

Если разделить вопрос на части, то можно выделить несколько основных проблем:

1) **Отсутствие доверия к консалтинговым фирмам.** Так как многие бизнесмены в принципе не знают о консалтинге, то сложно вызвать доверие у тех, кто впервые слышит о такой услуге.

2) **Неготовность бизнеса платить за консалтинговые услуги и стремление максимально сократить любые издержки.** Для многих предпринимателей главным инструментом достижения успеха является снижение затрат по всем статьям. В таких условиях очень сложно убедить клиента вложить деньги во что-то, что не даст результат здесь и сейчас.

3) Отказ от планирования деятельности и стратегического мышления. Наконец, лишь небольшая часть бизнесменов придает важность стратегии и долгосрочному планированию, остальные предпочитают сосредотачиваться только на том, что есть в данный момент.

Разумеется, сами решения этих проблем не являются итоговым позиционированием, однако это – исходные данные, которые необходимо учитывать любой компании, выходящей на рынок консалтинга в России.

Компания ООО «Сивитта Калининград» является частью международной консалтинговой компании Civitta, головной офис которой находится в Эстонии. Помимо Эстонии и России, Сивитта представлена еще в 8 странах Европы. За 20 лет работы в Калининграде (До 2015-года под наименованием «Бизнес-эксперт») компании удалось собрать обширный пул клиентов и партнёров, а также реализовать множество проектов. Успешные примеры проектов, процветающие компании клиентов и международный статус фирмы должны создавать тот позитивный фон, служащий основным источником доверия для всех потенциальных клиентов.

Каждая из услуг, предоставляемых компанией, складывается из количества часов конкретных специалистов, совершающих работу над проектом, сопутствующих затрат и прибыли компании. Зачастую стоимость услуг приводит клиентов к мысли о «неподъемности таких затрат» и вынуждает отказаться от соглашения. Сложность отслеживания результата от оказанной услуги также усиливает недоверие и осторожность клиентов, с которыми они идут в консалтинговую фирму. Однако в позиционировании компании важно донести мысль, что эти затраты покрываются прибылями в будущем, а отказ от консалтинговых услуг, напротив, может привести к еще большим затратам и потерям, вызванным неграмотным планированием, управлением фирмой или персоналом. Так, например, цена за подготовку заявки на грант окупается прибылями, полученными в дальнейшем благодаря выигранному гранту.

Если подытожить все выше изложенное, то можно выделить главные компоненты успешного позиционирования компании на российском рынке

консалтинговых услуг. При наличии уже реализованных проектов, нужно обязательно позиционировать себя как компанию с большим опытом. В случае с Сивиттой Калининград целесообразно делать ставку на международный статус и контакты за рубежом – это также добавляет доверия со стороны потенциальных клиентов. Чтобы убедить клиентов в оправданности вложений, необходимо объяснить, что консалтинговая компания обеспечивает будущее для клиента и увеличивает будущие прибыли. Наконец, частью позиционирования должен быть акцент на стратегию и долгосрочные вложения, на тщательное планирование и успешное развитие бизнеса клиента на долгие годы вперед.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Показатели динамики мирового и российского рынков консалтинговых услуг. [электронный ресурс] – URL: <https://www.consultancy.uk> (дата обращения – 14.10.2017).

Пфецер Д.И.

Аспирант 1 года обучения

Направления «Экономика»

Тюменского Государственного Университета (ТюмГУ)

г. Тюмень, Россия

АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

На современном уровне развития автоматизация процессов представляет собой один из подходов к управлению процессами на основе применения информационных технологий. Этот подход позволяет осуществлять управление операциями, данными, информацией и ресурсами за счет использования компьютеров и программного обеспечения, которые сокращают степень участия человека в процессе, либо полностью его исключают.

Основной целью автоматизации является повышение качества исполнения процесса. Автоматизированный процесс обладает более стабильными характеристиками, чем процесс, выполняемый в ручном режиме. Во многих случаях автоматизация процессов позволяет повысить производительность, сократить время выполнения процесса, снизить стоимость, увеличить точность и стабильность выполняемых операций. [1]

Несмотря на то, что автоматизация процессов может выполняться на различных уровнях, принципы автоматизации для всех уровней и всех видов процессов будут оставаться едиными. Это общие принципы, которые задают условия эффективного выполнения процессов в автоматическом режиме и устанавливают правила автоматического управления процессами.

Основными принципами автоматизации процессов являются:

- принцип согласованности. Все действия в автоматизируемом процессе должны быть согласованы между собой и с входами и выходами процесса. В случае рассогласования действий может произойти нарушение выполнения процесса.

- принцип интеграции. Автоматизируемый процесс должен иметь возможность интегрироваться в общую среду организации. На различных уровнях автоматизации интеграция выполняется по-разному, но суть принципа остается неизменной. Автоматизация процессов должна обеспечивать взаимодействие автоматизируемого процесса с внешней средой (по отношению к этому процессу).

- принцип независимости исполнения. Автоматизируемый процесс должен выполняться самостоятельно, без участия человека, либо с минимальным контролем со стороны человека. Человек не должен вмешиваться в процесс, если процесс выполняется в соответствии с установленными требованиями.

Перечисленные общие принципы детализируются в зависимости от рассматриваемого уровня автоматизации и конкретных процессов. Например, автоматизация производственных процессов включает в себя такие принципы как принцип специализации, принцип пропорциональности, принцип непрерывности и т.д. [3]

Как правило, автоматизация процессов дает следующие преимущества [2]:

- увеличивается скорость выполнения повторяющихся задач. За счет автоматического режима одни и те же задачи могут выполняться быстрее, т.к. автоматизированные системы более точны в действиях и не подвержены снижению работоспособности от времени работы.

- повышается качество работы. Исключение человеческого фактора значительно снижает вариации исполнения процесса, что приводит к снижению количества ошибок и, соответственно, повышает стабильность и качество процесса.

- повышается точность управления. За счет применения информационных технологий в автоматизированных системах появляется возможность сохранять и учитывать большее количество данных о процессе, чем при ручном управлении.

- параллельное выполнение задач. Автоматизированные системы позволяют выполнять несколько действий одновременно без потери качества и точности работы. Это ускоряет процесс и повышает качество результатов.

- быстрое принятие решений в типовых ситуациях. В автоматизированных системах решения, связанные с типовыми ситуациями, принимаются гораздо быстрее, чем при ручном управлении. Это улучшает характеристики процесса и позволяет избежать несоответствий на последующих стадиях.

Однако в ряде ситуаций ручное выполнение процессов может оказаться более предпочтительным, чем автоматизация [2]:

- операции процесса сложны для автоматизации. С технологической, либо с экономической точки зрения некоторые операции процесса бывает очень сложно автоматизировать.

- короткий жизненный цикл продукции. Если продукт должен быть разработан и внедрен в короткий период времени, или продолжительность его существования на рынке невелика, то автоматизация процесса может оказаться нецелесообразной. Ручное выполнение процессов будет менее затратным и более быстрым, чем автоматизация.

- уникальная или единичная продукция. Когда потребителю необходим продукт с уникальными характеристиками ручного труда, такой продукт может быть выпущен только, если процессы выполняются в ручном режиме.

- резкие колебания спроса. Изменение спроса на товар требует изменения объемов производства. Такие изменения легче выполняются при ручном выполнении процесса.

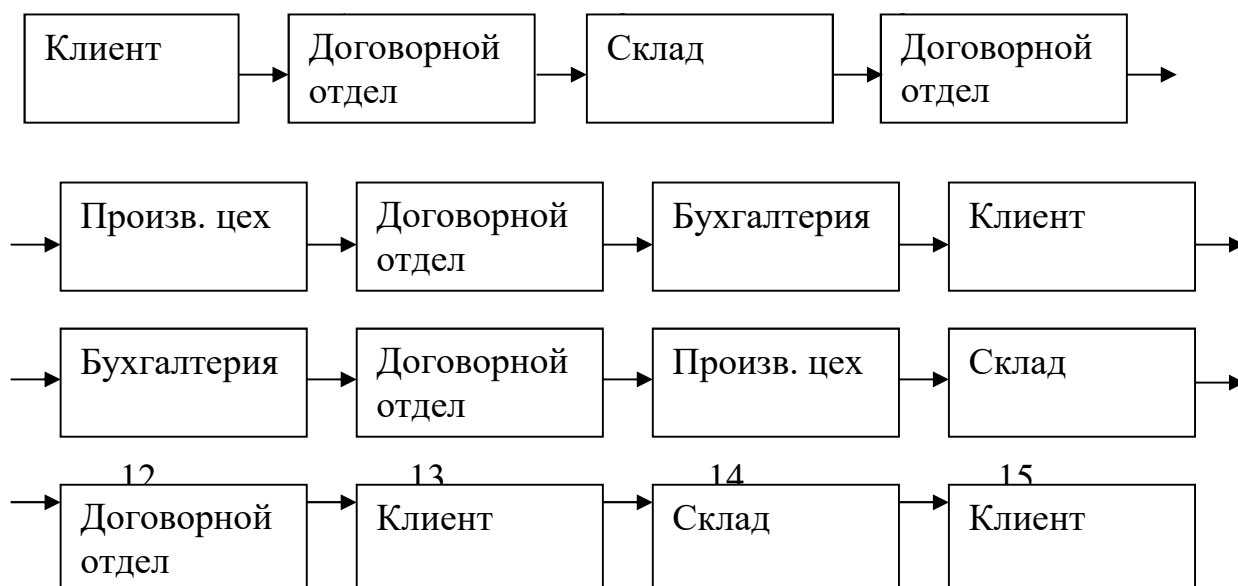
Несмотря на очевидные преимущества, автоматизация процессов не всегда целесообразна. После проведения анализа и оптимизации может оказаться, что автоматизация процессов не требуется или экономически невыгодна. Поэтому, прежде чем принимать решение об автоматизации процессов, необходимо оценить все преимущества и недостатки внедрения

автоматизированных производственных процессов и только после этого принимать такое серьезное решение.

В качестве примера рассмотрим автоматизацию бизнес-процессов ОАО «Алвиз». Открытое акционерное общество «Архангельский ликероводочный завод» – одно из градообразующих предприятий Архангельской области, занимающееся производством и реализацией спиртной продукции. [4]

Ниже автором составлены производственные цепочки двух бизнес-процессов ОАО «Алвиз» (возможны некоторые отклонения от действительности).

I. Обращение клиента, желающего купить продукцию.



1. Клиент обращается в договорной отдел с намерением приобрести продукцию.

2. Договорной отдел уточняет у склада наличие продукции, которая требуется клиенту.

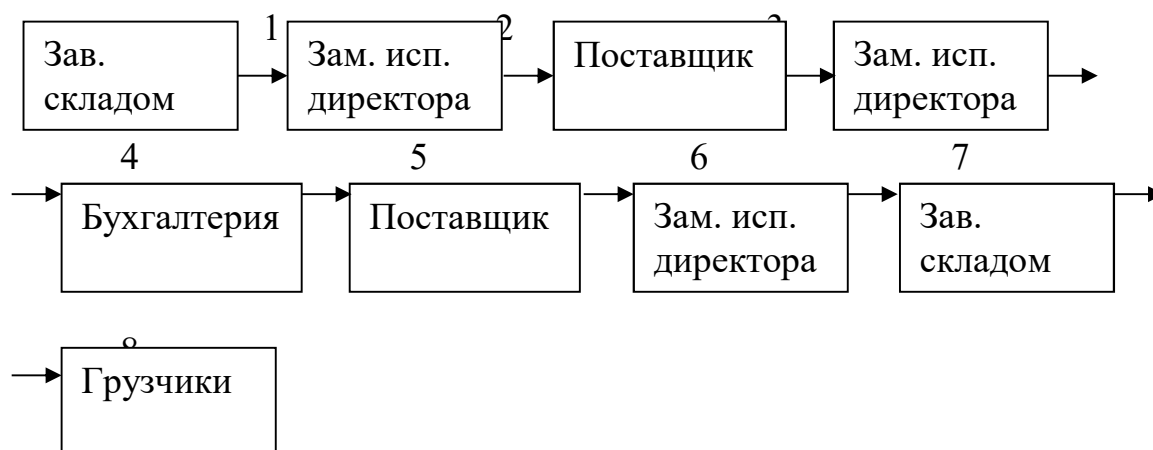
3. Склад дает ответ договорному отделу (при утвердительном ответе шаги 4, 5, 10, 11, 12 пропускаются).

4. Договорной отдел уточняет возможность производства необходимой клиенту продукции у производственного цеха.

5. Производственный цех дает ответ договорному отделу.

6. Договорной отдел обращается в бухгалтерию с просьбой выдать клиенту необходимые реквизиты для оплаты продукции.
7. Бухгалтерия выдает клиенту необходимые реквизиты.
8. Клиент предоставляет бухгалтерии доказательства оплаты заказа.
9. Бухгалтерия сообщает договорному отделу информацию об оплате заказа.
10. Договорной отдел обращается в производственный цех и подтверждает начало производства заказанной продукции.
11. Производственный цех передает готовую продукцию на склад.
12. Склад сообщает договорному отделу о наличии необходимой продукции.
13. Договорной отдел сообщает клиенту о готовности его заказа.
14. Клиент обращается на склад для того, чтобы забрать продукцию.
15. Склад отгружает готовую продукцию клиенту.

II. Поставка необходимого для производства сырья.



1. Заведующий складом сообщает заместителю исполнительного директора по снабжению и логистике о необходимости заказа сырья для производства продукции.
2. Заместитель исполнительного директора обращается к поставщику с вопросом о наличии данного сырья.
3. Поставщик дает утвердительный ответ.
4. Заместитель исполнительного директора звонит в бухгалтерию и отдает приказ об оплате заказа на поставку сырья.

5. Бухгалтерия звонит поставщику и подтверждает оплату.

6. Поставщик звонит заместителю исполнительного директора и сообщает об отправке сырья, уточняет маршрут и дату прибытия сырья на предприятие.

7. Заместитель исполнительного директора сообщает заведующему склада дату отгрузки сырья.

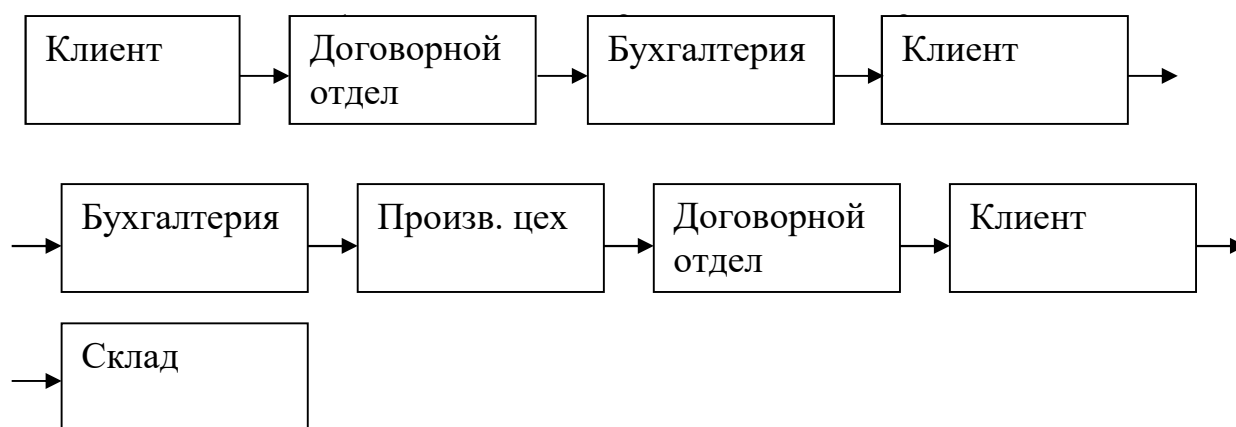
8. Заместитель склада передает информацию грузчикам.

Отчетливо видно, что данные бизнес-процессы достаточно громоздки и не рациональны. Для их оптимизации можно применить автоматизацию. Для этого необходимо ввести в цепочки данных бизнес-процессов систему складского учета товарно-материальных ценностей и ресурсов предприятия «1С» или аналогичную, использующую современные технологии обработки информации. Данная система будет отвечать не только за базу данных ресурсов предприятия, но и регламентировать работу грузчиков, обрабатывать заказы на пополнения запасов и на покупку готовой продукции, рассчитывать наиболее выгодные маршруты доставки, оптимизировать передвижение ресурсов на предприятии.

Так же «1С» позволит ликвидировать такие должности, как заведующий складом и кладовщики, изменит функционал заместителя исполнительного директора по снабжению и логистике, насколько это возможно, снизит присутствие человеческого фактора. Произойдет оптимизация всех бизнес-процессов по средствам сокращения времени обработки информации работниками склада. Значительно упростится схема работы с уже зарекомендовавшими себя поставщиками и покупателями.

По мнению авторов статьи, после внедрения данной системы бизнес-процессы будут выглядеть следующим образом.

I. Обращение клиента, желающего купить продукцию.



1. Клиент обращается в договорной отдел с намерением приобрести продукцию.

2. Договорной отдел формирует заявку в «1С». Проверяется возможность производства данной продукции, если данной продукции нет на складе. При наличии возможности производства заявка отправляется в бухгалтерию для формирования счета оплаты.

3. Бухгалтерия выдает клиенту реквизиты.

4. Клиент оплачивает продукцию.

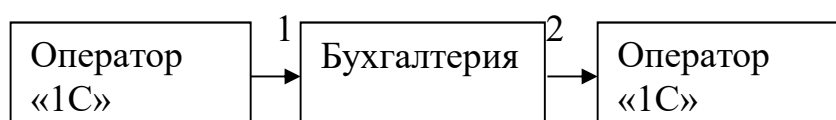
5. Бухгалтерия подтверждает оплату в «1С», заявка передается в производственный цех.

6. Производственный цех заканчивает производство, «1С» подтверждает отгрузку продукции на склад и передает отчет о готовности в договорной отдел.

7. Договорной отдел сообщает клиенту о возможности забрать готовую продукцию.

8. Клиент приезжает на склад и забирает готовую продукцию.

II. Поставка необходимого для производства сырья.



1. Оператор «1С» вносит в систему заявку на поставку. На нее начинают откликаться поставщики, «1С» выбирает наиболее подходящего поставщика, заявка передается в бухгалтерию.

2. Бухгалтерия подтверждает оплату в «1С», оператор «1С» закрывает заявку и согласуют маршрут и сроки поставки с поставщиком.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Автоматизация бизнес-процессов. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://resgroup.ru/content/fransh/automation.php> (дата доступа: 15.10.2017)
2. Автоматизация бизнес-процессов: достоинства и недостатки. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://jetfinance.ru/avtomatizaciya/dostoinstva-i-nedostatki-avtomatizatsii-buhgalterskogo-ucheta.html> (дата доступа: 18.10.2017)
3. Принципы автоматизации процессов. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.kpms.ru/Automatization/Process_automation.htm (дата доступа: 18.10.2017)
4. Пфецер, Д. И. Оценка эффективности деятельности организации ОАО «Алвиз» // Д. И. Пфецер. - Курсовая работа, ФЭИ, ТюмГУ, Тюмень, 2016. - 83 с.

Рудакова Е.И.

студент магистратуры 2 курса МП «Финансомика», ТюмГУ,

г. Тюмень, Россия

Абышева А.В.

к.э.н., доцент,

доцент кафедры финансов, денежного обращения и кредита ТюмГУ,

г. Тюмень, Россия

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Ценовая политика представляет собой комплекс мер, которые направлены на определение цены товаров и услуг, с целью обеспечения ожидаемого объема прибыли и эффективности финансово-хозяйственной деятельности в соответствии с ситуацией на рынке [3].

В настоящее время многие компании составляют ценовую политику, целью которой является максимизировать прибыль, у других же цель - продажа товара по наиболее высокой цене. Подобная практика свидетельствует о недостаточной осведомленности и нехватке опыта в области ценообразования.

В современных условиях возможно комплексное изучение всей внутренней составляющей организации с помощью формирования финансовых результатов.

Конечный экономический итог хозяйственной деятельности предприятия, который выражается в форме прибыли (дохода) или убытка, называется финансовым результатом. Следующий этап после установления цены состоит в получении денежной выручки, т.е. продажи продукции предприятия, однако это не гарантирует получение прибыли. Финансовый результат определяется посредством сравнения выручки с себестоимостью, состоящая из затрат на производство и реализацию.

Прибыль представляет собой один из наиболее важных показателей отражающие финансовые результаты организации, т.к. она является показателем определения финансового состояния предприятия. Поэтому чтобы управлять прибылью, необходимо раскрыть механизм ее формирования, важно определить и анализировать влияние и долю каждого фактора ее роста или снижения [1, с.181].

В современных условиях предприятиям необходимо внедрение маркетинга в структуру организации, т.к. невозможно принимать решения насчет ценовой политики продуктов без учета всех аспектов структуры маркетинга, цен сопутствующих товаров, цен конкурентов, издержек.

Наиболее важной задачей ценообразования является выбор стратегии ценообразования, т.е. целей, которые нужно решить предприятию для выхода компании на рынок с новым товаром.

Основные цели ценовой политики представлены в Таблице. Перечисленные цели ценовой политики могут осуществляться в разное время, при различной цене, между ними может быть разное соотношение, однако в совокупности все они служат достижению общей цели – долгосрочной максимизации прибыли.

Таблица.

Основные цели ценовой политики предприятия

Цель	Описание
Обеспечение дальнейшего существования фирмы	Предприятиям часто приходится снижать цены в связи с тем, что происходит избыток мощностей, с каждым годом усиливается конкуренция на рынке, частые колебания спроса и предпочтения потребителей, а также ликвидация запасов.
Краткосрочное достижение максимизации	Большое количество предприятий устанавливают определенную цену на свои товары для получения максимум прибыли. Для достижения данной задачи акцент

прибыли	делается на краткосрочные ожидания прибыли, но, к сожалению, упускают из виду долгосрочные перспективы.
Краткосрочное достижение максимизации оборота	Выбор цены, которая стимулирует максимизацию оборота, происходит в тот момент, когда товар производится корпоративно и трудно определить структуру и уровень издержек производства, поэтому считается что, достаточно знать лишь спрос. Для реализации данной цели, посредникам устанавливают процент комиссионных от объема сбыта.
Обеспечение максимального увеличения сбыта	Компании, ориентированные на достижение этой цели, считают, что увеличение сбыта влечет за собой сокращение издержек производства единицы продукции, которое, в свою очередь, приведет к получению прибыли. Учитывая реакцию рынка на уровень цен, организации стремятся установить их как можно ниже.
«Снятие сливок» с рынка	Данная цель достигается за счет высоких цен, т.е. компания устанавливает высокие цены на свои товары-новинки, которые значительно превышают цены производства. Как только наблюдается снижение продаж по данной цене, компания снижает цену для привлечения следующей группы клиентов, тем самым достигая максимально возможного объема продаж в каждом сегменте целевого рынка.
Достижение лидерства в качестве	Фирма, которой удастся закрепить за собой репутацию лидера в качестве, устанавливают высокую цену своего товара, чтобы покрыть большие издержки, связанные с повышением качества, и затраты на проводимые для этого научно – исследовательские и опытно – конструкторские разработки.

Источник: [2, с. 70]

Таким образом, в условиях рынка ценовая политика предприятия состоит из ряда факторов, связанных с выбором конкретных целей ценообразования, подходов и методов определения цен новых и уже выпускаемых изделий, оказываемых услуг в целях увеличения объемов реализации, товарооборота, повышения уровня производства, максимизации прибыли и укрепления рыночных позиций предприятия. Финансовые результаты компании зависят от правильной выбранной ценовой политики. Иногда организация повышает цены на продукты, следуя качеству товаров и цен конкурентов, реже организация понижает цены, это зависит от ряда причин.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексейчева Е.Ю. Экономика организации (предприятия) [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов, И.Б. Костин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. – 181 с. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=453410 (дата обращения 01.10.2017)
2. Баздникин А.С. Цены и ценообразование: Учебное пособие. - М.: Юрайт-Издат, 2005. – 70 с.
3. Финансовый словарь [Электронный ресурс]: https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/31425 (дата обращения 09.10.2017)

Балтийский федеральный университет имени И. Канта, Калининград

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ СТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

В процессе функционирования промышленного предприятия на его хозяйственную деятельность, которая характеризуется определенным кругом показателей, оказывает влияние множество факторов. Для увеличения эффективности деятельности предприятия необходимо тщательно изучить все значимые факторы, а также определить степень их влияния на результаты деятельности фирмы.

Для количественного измерения степени влияния факторов на экономические показатели предприятия используется факторный анализ, в ходе которого на основании причинно-следственных связей определяются факторы, имеющие значение при формировании результатов.

Для того чтобы определить форму связи результативного и факторного признаков, выявить тесноту этой связи и установить влияние отдельных факторов, строится многофакторная регрессионная модель. А в основе принятия управленческих решений лежат конкретные действия по учету изменения влияния факторов в необходимом направлении.

Для исследования зависимости средней стоимости одной рамки для автомобильных номеров, производимой промышленным предприятием Калининградской области, были учтены 7 факторов, описанные в таблице.

Таблица. Факторы, влияющие на среднюю стоимость рамки для
автомобильного номера

Показатель в модели	Наименование показателя	Единицы измерения или значение показателя (в случае фиктивной переменной)
X_1	Характер сотрудничества	1 – постоянный клиент

		0 – разовый заказ
X ₂	Конструкция приобретаемой рамки	1 – двусоставная или автостандарт 0 – одноставная или евро-книжка
X ₃	Тип рамки	1 – шелкография 0 – рельефная
X ₄	Количество приобретаемых авторамок	Штук за один заказ
X ₅	Количество используемых цветов в макете (дизайне) авторамки	Штук
X ₆	География клиента	0 – местный клиент 1 – клиент из другого региона
X ₇	Место получения груза	0 – самостоятельно на складе транспортной компании 1 – доставка до двери
У	Средняя стоимость рамки для автомобильного номера	Рублей

С помощью методики определения объема простой случайной выборки была определена численность выборки, которая составила 260 клиентов. [1, с.178] Для опроса необходимого числа клиентов была использована простая случайная бесповторная выборка.

С помощью программного пакета STATISTICA и методики, изложенной в [2, с.89-105], была построена формула многофакторной регрессионной модели:

$$Y = 62,8446 - 2,1821 X_1 + 4,2573 X_2 - 22,5848 X_3 - 0,0139 X_4 + 2,2359 X_5 + 0,6183 X_6 + 0,7019 X_7$$

Для количественных факторов были сделаны следующие выводы:

В среднем начиная со средней стоимости рамки в 62,84 рубля за 1 штуку:

- При увеличении тиража заказываемых рамок на 1 штуку происходит уменьшение цены на 0,02 рубля за 1 рамку (при постоянстве всех остальных факторов, включенных в модель),

- При увеличении количества используемых цветов на один в дизайне авторамки происходит увеличение ее средней стоимости на 2,24 рубля (при постоянстве всех остальных факторов, включенных в модель).

Для фиктивных (качественных факторов) были сделаны следующие выводы:

- При заказе рамок постоянным клиентом, стоимость одной авторамки для него уменьшается на 2,18 рубля за штуку (при постоянстве всех остальных факторов, включенных в модель),

- При заказе клиентом рамки в конструкции «двусоставная» или «автостандарт», стоимость одной рамки для него увеличивается на 4,26 рубля за штуку (при постоянстве всех остальных факторов, включенных в модель),

- При заказе клиентом авторамки с типом покраски «шелкография», стоимость одной рамки для него уменьшается на 22,59 рубля за штуку (при постоянстве всех остальных факторов, включенных в модель),

- При заказе авторамок клиентом из другого региона, стоимость одной рамки для него увеличивается на 0,62 рубля за штуку (при постоянстве всех остальных факторов, включенных в модель),

- При оформлении клиентом доставки заказа до двери, стоимость одной авторамки для него увеличивается на 0,7 рубля за штуку (при постоянстве всех остальных факторов, включенных в модель).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Громыко Г.Л., Казаринова С.Е., Воробьев А.Н. Теория статистики: учебник для экон. спец. вузов; Под ред. Г. Л. Громыко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2005. – 476 с.

2. Лукьянова Н.Ю. Маркетинговое прогнозирование: учебник для бакалавров; Балтийский федеральный университет им. И. Канта: Изд-во «Бук», 2017 – 192 с.

Сидоренко В.И.,

к.э.н., профессор,

Ланина Л.А.,

к.э.н., доцент,

Макаров А.А.,

к.э.н., доцент

Всероссийский государственный институт кинематографии
им. С.А. Герасимова, Москва, Россия

ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАЛУЖСКОГО ОБЛАСТНОГО ДРАМАТИЧЕСКОГО ТЕАТРА КОНЦЕПЦИЙ МАРКЕТИНГА

Известно, что театральное искусство – один из видов исполнительских искусств (наряду с музыкальным и цирковым искусствами), обладающий специфическими особенностями (синтетичность, коллективность творчества, непосредственность контакта со зрителем и др.), делающими его произведения – спектакли – уникальными, не имеющими аналогов в других родах и видах искусства.

По нашему мнению, возможность посещения театра имеет большое значение для формирования высокого уровня культурной среды в муниципальном образовании или субъекте Федерации. Мы согласны с тем, что «театральное искусство в регионе занимает существенное место в развитии человеческого потенциала, в создании благоприятных предпосылок для плодотворной реализации способностей каждого человека, улучшения условий жизни и качества социальной среды».

В Центральном федеральном округе выделяется пример Калужской области, на территории которой функционируют 2 областных театра: ГБУК КО «Калужский ордена Трудового Красного Знамени областной драматический театр» и ГБУК КО «Театр юного зрителя (ТЮЗ)», 1 муниципальный театр – МУК «Калужский театр кукол», 26 народных театров, 12 молодежных, детских,

экспериментальных театральных студий. Деятельность ряда театрально-досуговых коллективов области не имеет аналогов в России (рис.1).

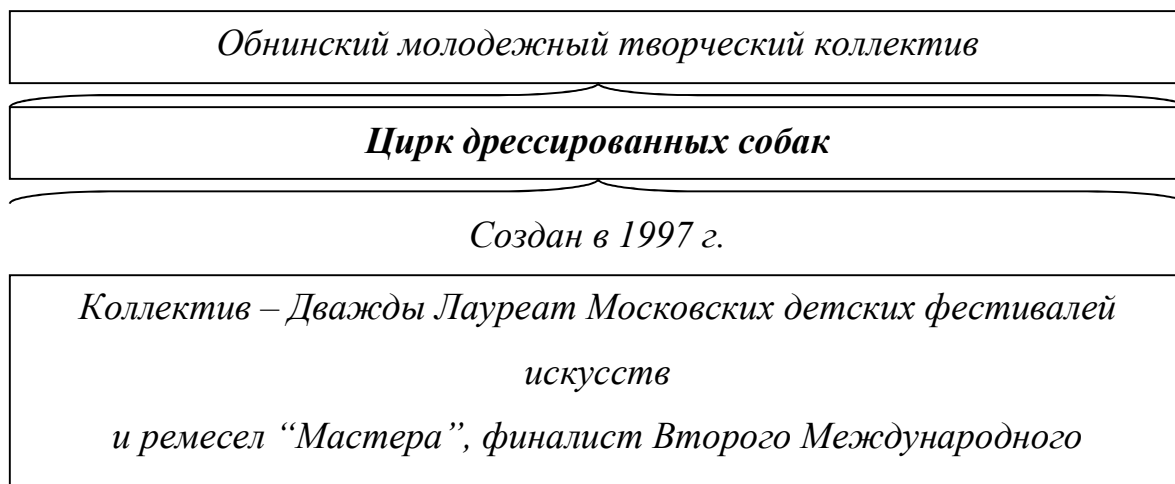


Рисунок 1 – Уникальный цирковой проект, реализуемый на калужской земле

Одним из старейших профессиональных театров России является Калужский областной драматический театр им. А.В. Луначарского, постановки которого известны, востребованы и любимы зрителями с 1777 года (рис.2). В театре работали и обрели всероссийскую известность крупные актерские дарования: родоначальник знаменитой актерской династии П. М. Садовский, замечательный русский артист И.Н.Певцов, юная М.Г.Савина.

Мы разделяем мнение о том, что «успех деятельности театральных организаций во многом зависит от того, насколько к ним приковано зрительское внимание. Перед современным российским театральным менеджментом стоит комплексная задача, состоящая из большого количества подзадач, решение которых необходимо для успеха. Это и успешная, талантливая и работоспособная труппа, разнообразный репертуар, удовлетворяющий потребности зрительской аудитории, технически современно оснащенное здание, удовлетворяющее потребности как коллектива театра, так и зрителей. Немалое значение имеет также умение управлять информацией о театре и уделять немалое внимание бренду театра, если он имеется» [11]. Аналогичного мнения придерживается и ряд исследователей [4; 5; 8; 10].

Отмеченные современные реалии функционирования организаций культуры полностью соответствуют требованиям известных концепций маркетинга, применение которых возможно и к сфере театрального искусства [7; 9]. Их активное использование в своей практической деятельности характерно для руководства Калужского областного драмтеатра (табл.).



Рисунок 2 – Калужский областной драматический театр в созвездии старейших театральных коллективов России

Должны отметить, что здание театра с колоннами, лепкой и скульптурами, являющееся настоящим украшением Калуги, было построено 1958 году в стиле советского классицизма. Автор проекта здания – известнейший академик архитектуры И.В. Жолтовский, осуществление – архитекторы Г.Н. Наприенко и А.П. Максимов.

Таблица – Возможность применения к направлениям деятельности ГБУК КО «Калужский ордена Трудового Красного Знамени областной драматический театр» концепций маркетинга [3; 7; 9]

<i>Название концепции</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Возможность её применения к направлениям деятельности учреждения</i>
Совершенствование производства	Потребители будут благосклонны к широко распространенным и доступным по цене товарам. Это предполагает постоянное совершенствование технологии и организации производства, увеличение объемов выпуска и, как следствие, снижение издержек производства.	Создание и поддержание в надлежащем состоянии инженерно-технической инфраструктуры театра. Открытие новых сценических «площадок» в здании театра. Совместно с РАТИ-ГИТИС на базе театра были подготовлены курсы молодых актеров для восполнения молодежного состава труппы театра
Продуктовая	В ней основное внимание уделяется совершенствованию товара, повышению его качества при доступных большинству потребителей ценах. При этом предполагается, что потребители будут покупать эти товары, так как они имеют высокое качество, совершенны и доступны по цене	Сочетание в репертуаре постановок классиков русской и зарубежной драматургии, пьес современных авторов
Сбытовая (интенсификации коммерческих усилий)	Её появление обусловлено рядом усилением конкурентной борьбы, которую еще больше обострил научно-технический прогресс	Прием коллективных заявок, возможность заказа билетов через сайт театра, уполномоченные по распространению билетов в Калуге и городах области
Активного маркетинга	Является закономерным результатом развития предшествующих концепций, которые практически не уделяют внимание вопросам изучения и формирования рынка	Дифференцированная расценка мест зрительного зала, обеспечивающая доступность билетов для многих категорий граждан, проведение целевых спектаклей для пенсионеров, многодетных семей, воспитанников детских домов. Активная рекламно-информационная кампания в дни открытия нового театрального сезона и премьерных спектаклей. Постоянное ведение страницы театра в различных социально-коммуникативных сетях
Социально-этический маркетинг	В её основе лежит принцип, что задачей организации является определение нужд, потребностей и интересов целевых рынков и удовлетворение их более продуктивными способами с одновременным сохранением или	Проведение Всероссийского театрального фестиваля «Старейшие театры России в Калуге», участие в деятельности Ассоциации «Старейшие театры России». Создание музея театра, в котором прослеживается хронология становления профессионального театра.

	укреплением благополучия потребителя и общества	Размещение на официальном веб-сайте учреждения «электронного вестника», в котором отражены материалы, как самого театра, так и театральных коллективов России. Открытие в зрительском фойе мемориальных досок главным режиссерам театра
--	---	---

Обобщая представленную информацию, отметим, что одним из составляющих востребованности и конкурентоспособности Калужского областного драматического театра в современных условиях, по нашему мнению, является активное применение в его практической деятельности маркетинговых концепций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 10 июня 2011 года N 1019-р «О концепции развития театрального дела в Российской Федерации на период до 2020 года».
2. Постановление Правительства Калужской области от 29 июня 2012 г. № 329 «О концепции долгосрочного развития театрального дела в Калужской области на период до 2020 года».
3. Калужский областной драматический театр. URL: <http://teatrkaluga.ru> (дата доступа: 25.09.2017).
4. Бочкарева Э.Э. Инновационный маркетинг в театральной сфере: Статья. //Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2013. - № 6 (56). – С. 231 – 234.
5. Канащук Т.Н. Маркетинг в сфере театрального искусства: Тезисы. //Омский научный вестник. – 2013. - № 2 (116). – С. 94-96.
6. Канащук Т.Н. Особенности маркетинга в сфере театральной деятельности: Статья. //Вестник Омского университета. Серия: Экономика. – 2012. - № 3. – С. 135-138.
7. Котлер Ф., Шефф Д. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств /Пер. Акопян Л., Дубинец Е., Грохотов Е. – М.: Классика XXI, 2012.

8. Кузнецов А.М. Организация маркетинговой деятельности театров в России: статья. // Современные проблемы социально-экономического развития: сборник материалов 5-й международной науч.-практ. конф., 23 июня 2014 г. /НИЦ «Апробация» — Махачкала: ООО «Апробация», 2014. — 96 с. — С. 30-32.
9. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н., Немковский Б.Л. Маркетинг: Учебник /Под ред. д.э.н., проф. Парамоновой Т.Н. — М.: Кнорус, 2016.
10. Пучкова Е. И. Маркетинг в сфере театрального искусства / Е. И. Пучкова //Маркетинг в России и за рубежом. — 2005. — № 1(4). — С. 94—100.
11. Язева Д.Е. Роль стратегии маркетинга-микс в управлении театром: Статья. //Вестник международного института рынка. — 2015. - № 1. — С. 108-113.

Ханова И.М.

к.э.н., доцент

доцент кафедры экономико-правового обеспечения безопасности

(Башкирский государственный университет)

г.Уфа, Россия

ОПТИМИЗАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ В ПРОИЗВОДСТВЕ МОЛОКА

Значительное влияние на эффективность управления оказывает изменение порядка планирования, что обеспечивается применением совокупности управленческих моделей. Применение традиционных методов при плановых расчетах ведет к получению приближенных результатов, значительно отличающихся от фактических. Поэтому методы планирования необходимо основывать на математических моделях, что позволяет с требуемой точностью учитывать сложные природные, технологические и экономические факторы. При этом качество результатов анализа и, следовательно, адекватность принимаемых в соответствии с ними управленческих решений о целесообразности изменения производственной структуры в определяющей степени зависят от того, насколько точно и концептуально определено состояние исследуемой системы.

Наиболее обширный класс математических моделей, применяющихся на практике — оптимизационные, основанные на методах математического программирования, и в первую очередь линейные оптимизационные модели, базирующиеся на теории линейного программирования. Основная цель моделирования заключается в научно обоснованном выборе наилучшего (оптимального) варианта развития системы.

С точки зрения оптимизации, имеет место следующая задача для сельскохозяйственных предприятий Республики Башкортостан. Требуется запланировать производство и реализацию молока, исходя из собственных

ресурсов и финансовых возможностей, чтобы обеспечить минимально возможные суммарные затраты на производственную деятельность и максимизировать прибыль по результатам реализации. С учетом специфики отрасли молочного скотоводства особое внимание уделено производству и использованию кормов – основному элементу затрат на производство молока.

В модели предусмотрены следующие группы ограничений: использование производственных ресурсов (пашни, сенокосов и пастбищ, трудовых, денежно-материальных затрат); интервалы (соотношения) посевных площадей сельскохозяйственных культур, отвечающие требованиям севооборотов; производство и использование продукции на внутрихозяйственные нужды и по каналам реализации; кормовой баланс, включающий две подгруппы условий; общий баланс питательных веществ; прирост по группам кормов; общий прирост кормовых единиц; результативные экономические показатели, включая выручку от реализации продукции.

Оптимизация производственной структуры находит отражение в результативных экономических показателях производства молока (табл. 1).

Таблица 1 – Показатели эффективности производства молока *

Показатели	Варианты			
	1-й	2-й	3-й	4-й
Расход кормов по дойному стаду, <i>ц к.ед.</i>	14250	16140	17820	18751
Затраты на корма, <i>тыс. руб.</i>	9162	10211	11102	11520
Себестоимость 1 <i>ц к.ед., руб.</i>	643	633	623	614
Всего затрат на дойное стадо, <i>тыс. руб.</i>	8592	8764	9103	9210
Всего затрат на производство и реализацию молока, <i>тыс. руб.</i>	10214	10535	10820	10948
Себестоимость 1 <i>ц молока, руб.</i>	1008,8	918,1	843,7	802,9
Произведено молока – всего, <i>ц</i>	11250	12750	14250	15150
Реализовано молока, <i>ц</i>	10125	11475	12825	13635
Выручка от реализации молока, <i>тыс. руб.</i>	11289	12795	14300	15203
Прибыль, <i>тыс. руб.</i>	1075	2259	3479	4255
Рентабельность, %	10,5	21,4	32,2	38,9

* Таблица составлена на основании данных, содержащихся в результатах решения экономико-математической модели.

Полученные на основе решения модели оптимальные варианты обеспечивают гарантированное производство товарной продукции при существенном его увеличении. Оптимизация структуры производства и

реализации молока с минимальными размерами затрат рассчитывалась на дойное стадо с различной продуктивностью: 1-й вариант – 3500-4000 кг, 2-й – 4000-4500, 3-й – 4500-5000, 4-й вариант – свыше 5000 кг.

Оптимизационная модель позволяет рассчитать нормативную структуру затрат по основным его элементам для разной продуктивности коров.

Представим сравнительный анализ оптимальных показателей производства молока с фактическими данными сельскохозяйственных предприятий Республики Башкортостан (табл. 2).

Таблица 2 – Основные показатели производства молока*

Показатели	Факт. **	Варианты			
		1-й	2-й	3-й	4-й
Расход кормов на одну корову, <i>ц к. ед.</i>	58	48	54	59	63
в т.ч. (в %): концентраты	25	15	15	15	15
сено	9	20	19	19	19
силос	10	30	30	30	30
кормовые корнеплоды	5	5	6	5	5
зеленые корма	34	29	29	30	30
солома	5	1	1	1	1
Удой на одну корову в год, <i>ц</i>	49,67	37,5	42,5	47,5	50,5
Затраты кормов на одну корову, <i>тыс. руб.</i>	45,7	30,5	34,0	37,0	38,4
Расход кормов на 1 <i>ц</i> молока, <i>ц к. ед.</i>	1,2	1,27	1,26	1,25	1,24
Затраты кормов на 1 <i>ц</i> молока, <i>руб.</i>	1054,3	814,4	800,9	779,1	760,4
Всего затрат на производство и реализацию молока, <i>тыс. руб.</i>	14299	10214	10535	10820	10948
Себестоимость 1 <i>ц</i> молока, <i>руб.</i>	1201,4	1008,8	918,1	843,7	802,9
Прибыль от реализации молока, <i>тыс. руб.</i>	1836	1075	2259	3479	4255
Рентабельность производства молока, %	12,8	10,5	21,4	32,2	38,9

* Таблица составлена на основании данных, содержащихся в результатах решения экономико-математической модели. ** Фактические данные предприятия.

В результате оптимизации структуры производства и реализации молока, себестоимость ее снизилась на 19%. Экономический эффект от внедрения оптимальной структуры производства складывается из трех статей: увеличения сбора кормов, экономии прямых затрат труда, экономии денежно-материальных средств.

Таким образом, оптимизационная модель управления затратами позволяет планировать затраты на будущий год на имеющееся поголовье с учетом нормативов затрат по основным его элементам и рационов кормления коров и

служит важным резервом повышения эффективности и роста конкурентоспособности продукции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Галиев Р.Р. Актуальные задачи развития агропродовольственной сферы Республики Башкортостан // Никоновские чтения. – 2016. – № 21. – С. 52-54.
2. Галиев Р.Р. Продовольственная безопасность и развитие фермерских хозяйств в аграрной сфере экономики Республики Башкортостан // Вестник Башкирского государственного аграрного университета. – № 3 (39). – 2016. – С. 114-119.
3. Галиев Р.Р., Ханова И.М., Курбангалеева Ф.А. Продовольственная безопасность Башкортостана: проблемы и решения // Проблемы прогнозирования. 2017. № 2 (161). С. 36-52.
4. Гусманов У.Г. Агропромышленный комплекс региона (состояние, проблемы и решения): В 2 т. Т.1. – М.: Россельхозакадемия, 2006. - 564 с.
5. Гусманов У.Г., Хамидуллина И.М. Опыт управления затратами и его эффективность // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2007. № 9. С. 35-39.
6. Рахматуллин Ю.Я. Выявление резервов и прогноз окупаемости затрат в сельскохозяйственных организациях // Экономика сельского хозяйства России. - 2016. - № 11. - С. 56-62.
7. Рахматуллин Ю.Я. Оценка резервов и прогнозирование окупаемости затрат в АПК // АПК: Экономика, управление. – 2017. - № 2. – С. 36-42.
8. Рахматуллин Ю.Я. Экономический анализ финансовых результатов от продажи продукции в сельскохозяйственных организациях Башкортостана // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2017. - № 8. – С. 19-22.
9. Сабирьянова Р.Г. Эффективность производства молока и регулирование ввоза молочной продукции // Известия Оренбургского

государственного аграрного университета. - 2004. - Т. 2. №2-1. - С. 16-17.

10. Сабирьянова Р.Г., Шатова В.С. Производственный потенциал молочного скотоводства и факторы его роста // Региональная экономика: теория и практика. - 2008. - №3. - С. 68-71.

Раздел III. Мировой рынок, процессы глобализации и вопросы теории

Волынцева Ю.А.

Магистрант кафедры экономической теории и прикладной экономики

Тюменский государственный университет

г. Тюмень, Россия

АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Франчайзинг представляет собой «развивающийся и перспективный вид предпринимательства, подразумевающий осуществление деятельности под арендованным торговым знаком или коммерческим обозначением, которая регламентируется договором между франчайзером (фирма, которая предоставляет франшизу) и франчайзи (тем, кто ее получает)».

В зависимости от территории или зоны функционирования франчайзинговых сетей их можно разделить на международные – франчайзинговые сети, созданные национальными и иностранными компаниями, которые функционируют в других странах. Бывают двух видов:

- международная франчайзинговая сеть, в которой компания- франчайзер – иностранная, а компания-франчайзи – национальная;
- международная франчайзинговая сеть, в которой компания- франчайзер – национальная, а компания-франчайзи – иностранная [1, с.76].

В настоящее время очевидна тенденция интернационализации франчайзинговых систем. При этом, несмотря на растущую международную конкуренцию, франчайзинговые системы получают и преимущества, как на внутренних, так и на внешних рынках. В случае вывода франшизы на международный уровень, франшизодатель диверсифицирует свои риски. Ведь в условиях экономической нестабильности или спада в стране происхождения, он может рассчитывать на успех франшизы в других странах.

Франшизополучатель, в свою очередь, сотрудничая с интернациональной сетью, помимо широко известной марки получает и выгодные условия закупок.

Следовательно, можно говорить о том, что франчайзинг как стратегия выхода на внешний рынок имеет ряд преимуществ. Использование франчайзинговых отношений предоставляет возможности производителю товаров и услуг контролировать сбытовую деятельность при относительно небольших издержках. стратегия выхода на внешний рынок является менее рискованной, как и экспорт, по сравнению с прямыми инвестициями. Прямые инвестиции имеют больший контроль над бизнесом, нежели франчайзинг, так как прямые инвестиции – это вложения (инвестиции) денежных средств в материальное производство и сбыт с целью участия в управлении предприятием или компанией, в которые вкладываются деньги, и получения дохода от участия в их деятельности (прямые инвестиции обеспечивают обладание контрольным пакетом акций).

В целом, потенциал инвестиционной стратегии международных франчайзинговых компаний зависит от социальных, политических, экономических экологических факторов и т.д.

В настоящее время более 40% мирового товарооборота проходит через франчайзинговые сети. По франчайзингу работают магазины и рестораны, медицинские и оздоровительные центры, учреждения образования, гостиницы.

Система международного франчайзинга особенно повлияла на такие отрасли торговли как общественное питание, сфера услуг, автомобильный рынок, электроника. Для многих местных компаний международный франчайзинг дает возможность привести на рынок новые товары, услуги, которых пока еще нет в стране и тем самым выгодно отличаться от конкурентов, забрав большую часть клиентов этой ниши себе.

По данным Международной ассоциации франчайзинга, в настоящее время в мире насчитывается 16,5 тыс. франчайзеров и более 1,2 млн франчайзи; объем продаж сетей составляет почти \$1,5 трлн, занятость – около 12 млн чел.

Франчайзинговые фирмы создают около 13 % ВВП. Некоторые крупные фирмы-франчайзеры имеют по тысяче и более партнеров-франчайзи [3].

Самые успешные франшизы по состоянию на 2016 год - McDonald's, SUBWAY, KFC, Burger King, Pizza Hut, 7 Eleven и тд.

Так, к 2016 году наибольшую успешность и распространенность на мировом уровне получили франшизы, имеющие американское происхождение – среди 25 лидеров практически все относятся к США, что свидетельствует о лучшей практики данной страны по созданию франчайзинговых проектов. Примечательно, что большинство наиболее успешных франшиз действуют в сфере предоставления услуг и в сфере общественного питания.

С точки зрения финансовой успешности лидерами мирового рынка франшиз являются те франшизы, которые действуют в сфере общественного питания. Лидером рейтинга за 2016 год является франшиза **McDonald's**, **выручка которой в мире составила 36,258 млрд. долларов. Безусловно, это одна из самых успешных и популярных франшиз, которую можно рассматривать в качестве лучшей практики построения франчайзинговой модели интернационализации бизнеса, наряду с основными конкурентами франшизы – компаниями KFC и Subway.**

Однако, в общей отраслевой структуре франшиз международного уровня франчайзинговые компании отрасли общественного питания имеют удельный вес в 15% (см. рисунок 1).

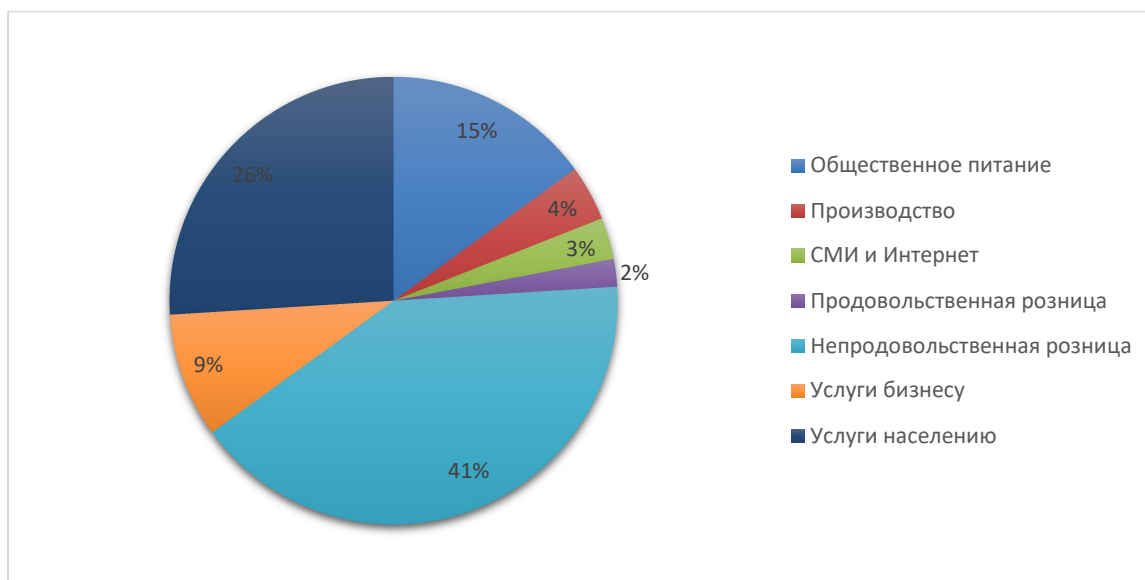


Рисунок 1. Структура франчайзинговых компаний в мире по отраслям в 2016 году, %

Эксперты считают, что мировой рынок франчайзинга вырастет на \$36 млрд в 2017 году. По данным доклада «Franchise Business Economic Outlook for 2017», основным двигателем роста станет ресторанный бизнес. Детали доклада свидетельствуют, что рынок франчайзинга в грядущем году будет расти быстрее остальной экономики. Кроме того, ожидается, что количество открытых по франшизе предприятий вырастет на 1,6%, достигнув 744,437 точек. В работе франчайзинговых предприятий будет задействовано около 8 млн работников, что на 3,3 процента больше, чем в 2016 году [2].

Что касается России, то по сравнению с мировыми показателями франчайзинг развивается в стране не так активно. В 2016 году франчайзинг в России начал очень активно продвигаться через Интернет. Многие компании - франчайзеры, понимая сложившуюся на данный момент времени экономическую ситуацию, снизили цену своих предложений, тем самым сделав их более доступными и привлекательными для потенциальных покупателей.

Особенностью развития франчайзинга в России является так же экономическая нестабильность. Покупательский спрос постоянно меняется, что не может не сказаться на франчайзи, которые обязаны выполнять условия договора концессии, т.е. выплачивать роялти. Так же большой проблемой

являются торговые площади, которые франчайзи приобретает в аренду. Смена арендодателя отрицательно сказывается на развитии бизнеса франчайзи.

Статистика Российской ассоциации франчайзинга (РАФ), показывает, что из всей массы предприятий крупного, среднего и малого бизнеса на территории Российской Федерации менее пяти процентов работают по схеме франчайзинга. Около двадцати процентов опрошенных предпринимателей заявили, что заинтересованы в подобном виде ведения бизнеса и планируют попробовать свои силы в этой сфере, а около сорока процентов бизнесменов признались, что не знают или имеют весьма смутное представление о том, что такое франчайзинг и бизнес по франшизе. За прошедший год в России произошёл ряд перемен, отразившихся на сфере франчайзинга. Так называемый “готовый бизнес” или “бизнес по шаблону” начал появляться в не типичных для франчайзинга сферах, таких как: сельское хозяйство, индустрия товаров и услуг для домашних животных и строительный бизнес. А качестве одной из негативных тенденций можно отметить существенное снижение уровня кредитования предпринимателей, уже работающих по франшизе или ещё планирующих открыть свой бизнес, со стороны банков, но положительная динамика франчайзинга всё равно сохраняется.

Подводя итоги проведенного исследования можно сделать вывод о том, что франчайзинг – это развивающийся и перспективный вид предпринимательства, подразумевающий осуществление деятельности под арендованным торговым знаком или коммерческим обозначением, которая регламентируется договором между франчайзером (фирма, которая предоставляет франшизу) и франчайзи (тем, кто ее получает). В целом, система франчайзинга является формой готового бизнеса. Это одна из наиболее эффективных возможностей фактического выхода фирмы на любой рынок, т.к. большинство потребителей приобретают товары или услуги у наиболее известных предприятий, которые уже зарекомендовали себя на рынке. Развитость франчайзинга как формы бизнеса на международном уровне существенна - более 40% мирового товарооборота проходит через

франчайзинговые сети. В краткосрочной перспективе франчайзинг как форма ведения бизнеса будет набирать обороты и развивать новые подходы к оптимизации деятельности франчайзинговых предприятий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Толкаченко Г.Л., Федоров А.В. Франчайзинг как инновационный инструмент развития бизнеса // Вестник Тверского государственного университета. Серия: экономика и управление. 2016. №1. С.76.
2. Мировой рынок франчайзинга вырастет на \$36 млрд в 2017 году // URL: <http://www.buybrand.ru/news/13302/> (Дата обращения: 01.03.2017)
3. Статистика франчайзинга // URL: <http://www.rusfranch.ru/franchising/statistics/> (Дата обращения: 01.09.2017)

Исачкин В.С.

к.э.н., доцент кафедры экономики ОмГУПС

г. Омск, Россия

ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНЦЕПЦИИ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

Важнейшей тенденцией развития современной мировой экономики является постиндустриализация. В основе теории постиндустриального общества лежит трехсекторная модель, разработанная в 1930–40-х гг. К. Кларком и А. Фишером, предложившими разделить общественное производство на три сектора. В первичный сектор были включены отрасли сельского хозяйства, во вторичный – отрасли промышленности и строительство, в третичный – сфера услуг.

Данная концепция позволила рассуждать о формировании экономики услуг как о новом типе экономической системы, отличном от традиционных индустриальных представлений, и становлении нового социального состояния, отличного от прежних стадий общественного развития. Увеличение значимости технологий, образования, науки, требований к квалификации рабочей силы, повышение роли информации и теоретического знания в народном хозяйстве – все эти элементы необходимо было объединить в целостную систему.

В результате сформировались понятия доиндустриального, индустриального и постиндустриального общества, которые являются структурообразующими в концепциях целого ряда ученых: Д. Белла, У. Ростоу, Э. Тоффлера, Д. Гэлбрейта, Р. Арона и др.

В работах этих авторов, в частности, у американского социолога и экономиста Д. Белла, подчеркивается, что в развитых странах доля третичного сектора относительно первичного и вторичного будет неуклонно возрастать как в валовом национальном продукте, так и в численности рабочей силы. «Если до второй мировой войны в экономике США наблюдалось относительно

равномерное распределение занятых среди этих трех секторов, то уже в первое послевоенное десятилетие резкий рост занятости в сфере услуг стал очевиден. С одной стороны, во всех без исключения отраслях хозяйства выросла доля «белых воротничков» — квалифицированных работников, непосредственно не связанных с физическим трудом. С другой, удельный вес работников, занятых в различных подотраслях сферы услуг, также резко повысился и превзошел 50 % общей занятости в народном хозяйстве» [1, с. 37]. Э. Тоффлер прогнозирует, что «в сельском хозяйстве и промышленном производстве будет занято все меньше и меньше работников», в то время как «сектор обслуживания колоссально расширится» [2, с. 258].

Таким образом, основополагающей характеристикой постиндустриального общества является тот факт, что в структуре занятости большая часть принадлежит уже не аграрному и не промышленному производству, а услугам, т.е. все большее количество людей теперь трудится в сферах торговли, финансов, управления, образования, науки, здравоохранения, индустрии развлечений и т.д. Именно поэтому постиндустриальное общество в своем хронологически первом и наиболее естественном определении — это общество услуг. При этом его характерными чертами являются не только экспансия производства услуг, но и расширение их экспорта.

Технологической основой постиндустриального развития предстают наука и теоретическое знание, роль которых на данном этапе становится качественно иной. Следовательно, постиндустриальное общество может быть определено и как «общество знания в двояком смысле: во-первых, источником инноваций во все большей мере становятся исследования и разработки; во-вторых, прогресс общества, измеряемый возрастающей долей ВВП и возрастающей частью занятой рабочей силы, все более однозначно определяется успехами в области знания» [1, с. 288].

Безусловно, увеличение расходов на НИОКР является важным условием успеха в постиндустриальную эпоху. При этом также следует обратить внимание на изменение социальной структуры общества, иной характер

человеческой деятельности, особенности используемых ресурсов и приоритет интенсивных путей развития. Во многом это касается и труда как фактора производства. Становится все более ощутимой потребность в новом типе рабочего, ориентированного уже не на монотонную деятельность и исполнение приказов руководителя, а на критическую оценку ситуации, творческую активность, изобретательность, адаптацию к быстро меняющимся условиям внешней среды и саморазвитие. «В технологических системах завтрашнего дня – быстросредействующих, маневренных и саморегулирующихся – на машины обрушится поток физических материалов, а на людей – информационный поток, который обострит способность проникать в суть вещей. Машины будут все быстрее выполнять рутинные задания, а люди – решать интеллектуальные и творческие задачи. И машины, и люди не будут сосредоточены на гигантских фабриках и в промышленных центрах, а будут разбросаны по всему земному шару и связаны друг с другом поразительно чувствительными, почти мгновенно действующими коммуникациями» [2, с. 436]. Таким образом, Э. Тоффлер уже в 1970 г. в общих чертах предсказывал важность информационной и технической составляющей труда, которая сегодня проявляется в массовом распространении персональных компьютеров и все более возрастающей роли сети Интернет.

Следовательно, в постиндустриальном обществе развитие сферы образования имеет особое значение. В условиях, когда информация также становится важнейшим фактором производства, приоритет высококвалифицированных работников становится бесспорным. «Дальнейшее совершенствование знаний человека о мире происходит в первую очередь на базе применения абстрактных моделей и системного анализа, центральное значение приобретает кодификация теоретического знания, а важнейшей задачей ученых становится перспективное прогнозирование хозяйственных и социальных процессов» [1, с. 32]. Таким образом, многими теоретиками подчеркивается значимость системного подхода, как с точки зрения применения научных достижений для решения практических задач, так и с

точки зрения модернизации самого образования. «Для создания супериндустриального образования мы должны, в первую очередь, выработать удачные альтернативные представления о будущем – представить себе, какие виды работ, профессий и склонностей будут нужны в будущем, лет через двадцать – пятьдесят...; какая техника будет нас окружать и с какими организационными структурами придется нам срабатываться. И только вырабатывая такие представления, определяя, обсуждая, систематизируя и непрерывно модернизируя их, мы можем прийти к заключению о характере когнитивных и эмоциональных навыков, которые понадобятся людям будущего для того, чтобы пережить ускоряющий напор» [2, с. 437-438].

Итак, методологически на первый план выходит системный подход и прежде всего такие базовые свойства систем, как целостность, организация и направленность движения системы. Некоторые теоретики делают акцент на противопоставлении сравнительного и эволюционного анализа. Признается, что последний предъявляет к исследователю качественно более высокие требования. «Чтобы движение... рассматривалось как прогресс, необходимо и достаточно того, чтобы различные режимы, следующие друг за другом, имели много общего для их принадлежности к одному и тому же становлению. А если речь идет о глобальной эволюции, то историк вначале должен конструировать целостности, чтобы затем их связать друг с другом» [3, с. 340-341]. Р. Арон также подчеркивает важность организации системы, считая, что эпохи развития человечества должны определяться эволюцией экономических систем, либо стадиями, через которые проходит процесс накопления знаний.

Таким образом, концепция постиндустриального общества уже на начальном этапе своего существования представлялась логически выстроенной, обоснованной и последовательной. Дальнейшее ее развитие происходило на базе фундамента, заложенного авторами, представленными в настоящей статье.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – М.: Academia, 2004.
2. Тоффлер, Э. Шок будущего / Э. Тоффлер. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2002.
3. Арон, Р. Избранное: Введение в философию истории / Р. Арон. – М.: ПЕР СЭ; СПб.: Университетская книга, 2000.

Квашнина Ю.О.

Магистрант

Тюменский государственный университет

г.Тюмень, Россия

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Международный туризм является одной из наиболее динамично-развивающихся сфер внешнеэкономической деятельности и занимает важное место в современной мировой экономике, причем его роль постоянно возрастает.

По мере развития мировой экономики, расширения объемов международной торговли, совершенствования средств транспорта, связи, глобализации мирового хозяйства увеличивается количество и разнообразие контактов, поездок граждан, вызванных экономической необходимостью. Повышение благосостояния населения разных стран, увеличение количества свободного времени, а также необходимость полного восстановления человеческого фактора в экономике способствует росту международных поездок с целью отдыха.

Периоды развития туризма делятся в зависимости от следующих критериев: технико-экономические предпосылки; социальные предпосылки; целевые функции туризма на разных этапах развития. Согласно этим критериям, в истории развития туризма различается 4 этапа:

1. К первому этапу относится исторический период от древнейших времен до начала XIX века - предыстория туризма;
2. Второй этап характеризуется как промежуток между началом XIX века и началом XX века - элитарный туризм; зарождение специализированных предприятий по производству туристских услуг;
3. Третий этап затрагивает период от начала XX века до Второй мировой войны - начало становления социального туризма;

4. Четвертым этапом считаются послевоенные годы до наших дней - массовый туризм, формирование туристской индустрии как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для туризма. Именно в этот период туризм приобретает действительно массовый характер: из предмета роскоши он становится потребностью для большинства населения высокоразвитых индустриальных стран.

Первый этап становления туристской отрасли также часто называют предысторией туризма. Ученые, чаще всего, относят к нему период античности в Древней Греции и Риме. Целями путешествий выступали торговля, религия, лечение, учеба, а так же появились первые спортивные поездки.

В раннем Средневековье распространилось религиозное паломничество к святым местам, паломники использовали для отдыха монастыри, церкви, постоялые дворы. Известными центрами религиозного туризма были Иерусалим, Назарет, Вифлеем, а также святыня мусульман - Мекка.

Важной вехой в развитии туризма стало использование минеральных вод, грязей с лечебно-оздоровительной целью, об их применении издревле свидетельствуют археологические раскопки, описания в Библии. В Древней Греции и Древнем Риме формировались центры с ценными природными рекреационными ресурсами, которые предоставляли широкий ассортимент рекреационных услуг: купание, питье, горячие ванны, натиранья, лечение. Особенно популярными в Древней Греции были горячие источники, где для их использования возводились специальные здания.

Лечебные минеральные источники и местные климатические условия умело использовали и на американском континенте, в частности ацтеки в Мексике и инки в Южной Америке. В XII веке широкую популярность приобрели минеральные источники во Франции и Италии.

В конце XVII века в французском лексиконе появился термин "турист". Им называли представителей привилегированной знати, которые из любопытства посещали зарубежные страны. В это время особенно усилился

интерес к Италии, античным памятникам Рима, Флоренции и других городов. С открытием Помпеи (XIX век) Италия превратилась в ведущую туристическую страну Европы.

Развитие туризма ускорилось в XVIII веке, когда возникли морские курорты, которые создали моду на купание в морской воде. Первые крупные отели на таких курортах были известны в Великобритании, а впоследствии во Франции и других странах. Сначала на морских курортах отдыхали богатые посетители, но с ростом благосостояния, клиентами таких заведений становились и представители среднего слоя населения.

Следующий период становления индустрии туризма принято называть элитарным. Он связан с первым взрывом большого спроса на путешествия и их влиянием на общественные привычки и экономику стран. Значительными событиями в сфере перевозок стали изобретение Фултоном первого парохода и Стефенсоном первого паровоза. Рост скорости перемещения с помощью пароходов и поездов, а также увеличение количества населения и его финансово-экономических возможностей создали заметный туристический рынок.

Первая пассажирская железная открылась в Англии 1830 году. Согласно данным исследователей, в 1841 году Т. Кук ввел на железной дороге первый пакетный тур, осуществив массовую прогулку из Лейстера в Лафборо. Заслугой Т. Кука было и то, что он занялся организацией всех составляющих путешествия-транспорта, размещение, обслуживание на месте пребывания, создавая настоящий туристический продукт и удовлетворяя специфический рыночный спрос. Он изобрел существенную услугу - туристический пакет.

Особенности компаний на рубеже XIX-XX вв. заключались в том, что они занялись строительством не отдельных зданий, а гостиничных цепей, предоставляя отдыхающим организованные места общественного питания, лечебные услуги и т.п.

На развитие туризма значительное влияние оказали туристические клубы и общества, которые появились во второй половине XIX века. Они разрабатывали маршруты, заботясь об обеспечении туристов необходимым комфортом. Первый такой клуб появился в Великобритании в 1857 году, позже - в Австрии, Италии, Швейцарии, Германии и в других странах Европы и мира. Усилению привлекательности туристско-оздоровительных центров содействовала начатая реклама и маркетинговая деятельность.

Фактически современный туризм по форме и содержанию появился накануне Первой мировой войны. Этот период развития туризма сравнительно короткий, он длился от 1918 г. до 1945 г. Его еще называют этапом индустриализации туризма. Этот период имел множество недостатков: Первая мировая война, экономическая депрессия 30-х годов и Вторая мировая война, которые оказали негативное влияние на развитие туризма.

Важным фактором на пути развития туризма были технические усовершенствования, ускоренные потребностями военного времени. Так, очень эффективными видами транспорта стали автомобили и автобусы. Авиация стала практичным средством передвижения туристов. Этот этап послужил началом эры мобильности и коммуникаций, что значительно повлияло на развитие туризма во всех странах мира.

Тяга к новым видам отдыха продолжалась. Все популярнее в Западной Европе становились кемпинг и путешествия при помощи автомобиля с прицепом, распространялись молодежные туристические лагеря, усиливался социальный аспект туризма и отдыха. Это был период становления социального туризма.

Массовый туризм получил свой расцвет в четвертом этапе становления индустрии туризма. Это уже не предмет роскоши как было в период элитарного туризма, а насущная потребность населения в индустриально развитых странах, где преобладает городское население.

Массовый рост путешествий прежде начался в развитых странах мира. Этому способствовали развитие средств связи, транспорта и других форм коммуникаций, в частности телевидения, а также возрос интерес населения к достопримечательностям других стран. В целом население богатых стран мира стало значительно мобильнее благодаря увеличению количества автомобилей. Частный автомобиль стал важнейшим средством перемещения к местам отдыха. Со второй половины 80-х годов XX века появились перевозки на нерегулярных рейсах (чартерные услуги).

В 80-е годы государства Европы и Северной Америки остались на лидирующих позициях, как по приему иностранных туристов, так и по отправке граждан за рубеж. В число стран, которые являлись «поставщиками» туристов, вошли Япония и Австралия. Государства Северной Африки и Азии стали главными конкурентами южно-европейских стран Средиземноморья, так как они предлагали туристский продукт (море-солнце-пляж) по более доступным ценам.

Туризм начинает рассматриваться как обычное явление жизни, необходимое для восстановления сил для более продуктивной работы. Происходит стандартизация туристических услуг. Расширение спроса на туристический продукт приводит к увеличению новых предприятий туризма и вовлечение в отрасль других областей народного хозяйства, в первую очередь это транспорт и торговые компании. Туризм становится полноценной отраслью мировой экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Биржаков М. Б. Введение в туризм. — СПб.: Издательский дом Герда, 2007. — с.241.

2. Кудинова Е. В., Шаповал А. Ю. Современное состояние и тенденции развития туризма в мировой и российской экономике // Молодой ученый. — 2015. — №3. — С. 430-433.

3. Мирсаякова В. А. Значение туризма в мировой экономике // Молодой ученый. — 2016. — №5.5. — с.17-19.

Коновалова О.Н.

к.э.н., доцент,

доцент кафедры «Экономика» ОмГУПС, г. Омск, Россия

Суржикова Т. Б.

к.п.н., доцент,

доцент кафедры «Экономика» ОмГУПС, г. Омск, Россия

ДИНАМИКА И СТРУКТУРА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ И ВЕКТОР РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА НА ГЛОБАЛЬНОМ РЫНКЕ

В статье в качестве проблемы исследования выдвигается необходимость поиска актуального вектора развития российского бизнеса на глобальном рынке исходя из анализа динамики и структуры внешней торговли России за 2011 – 2016 гг., принимая во внимание, что на мировой рынок выходят отдельные фирмы, которые реализуют конкурентные преимущества своего бизнеса. Внешнюю торговлю России проанализируем с точки зрения динамики внешнеторгового оборота, экспортной и импортной квоты, географической и товарной структуры экспорта и импорта Российской Федерации, используя статистические данные и экспертные оценки.

Следует отметить, что степень участия страны в мирохозяйственных связях отражают такие показатели как экспортная и импортная квота. Результаты расчета динамики экспортной и импортной квоты России представлены на рисунке 1. Анализ динамики экспортной квоты с 1995 года свидетельствует о том, что Россию можно назвать экспортоориентированной страной, однако в количественном измерении за период с 1995 по 2016 годы наблюдается следующая динамика: наименьшее значение данный показатель имеет в 1997 году – 24,73 %, наивысшее в 2000 году – 44,06 %, с 2000 года данный показатель неравномерно снижался и в 2016 году составил 25,54 %.

Снижение экспорта как части ВВП ведет к снижению итогового показателя развития страны, не способствуя ее экономическому росту, снижая позитивное влияние экспорта на экономический рост. Вместе с тем, достаточно высокая экспортная квота является индикатором конкурентоспособности отечественных товаров на международном рынке, тем более, если это относится к продукции высокой степени обработки. Тенденции в динамике импортной квоты таковы: наибольшее значение данного показателя наблюдается в 1999 году – 26,17 %, далее до 2008 года – незначительное снижение и в последующие годы – колебания в пределах не более 2 процентов, что свидетельствует о значимости импорта для сбалансированного развития российской экономики с точки зрения извлечения выгод от участия во внешней торговле.

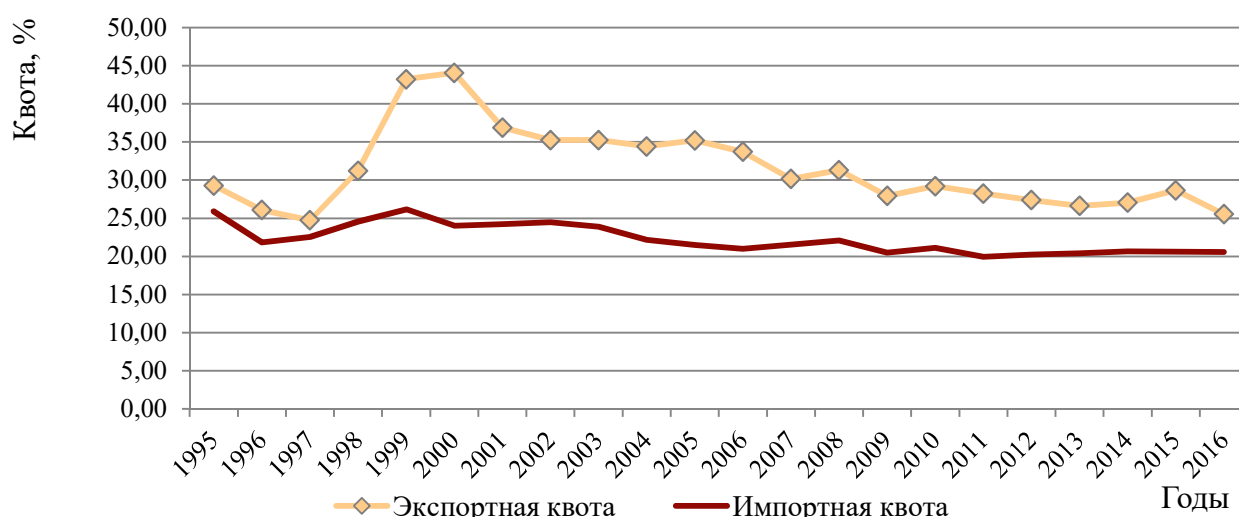


Рисунок 1 – Результаты расчета динамики экспортной и импортной квоты России [рассчитано авторами по 1]

Анализ динамики экспорта России за 2011 – 2016 годы (Рисунок 2) показывает незначительный рост в 2012 г по сравнению с 2011 г. – 1,5 %, в 2013 г по сравнению с 2012 г. – 0,5 % и, начиная с 2014 года наблюдается устойчивая тенденция к снижению, в результате чего экспорт в 2016 году снизился по сравнению с 2013 годом (наивысшее значение за рассматриваемый период) на 54,1 %. Анализ данных по динамике импорта показывает, что за

период 2011 – 2016 годы наблюдается значительное снижение его величины, за исключением периода с 2011 по 2012 год. В 2016 году по сравнению с 2012 годом (максимальное значение за рассматриваемый период) импорт сократился на 42,5 %.

В целом внешнеторговый оборот России за рассматриваемый период достигнул максимума в 2013 году, однако с 2014 года он сокращается, причем в 2016 году по сравнению с 2013 годом сократился на 44,5 %.

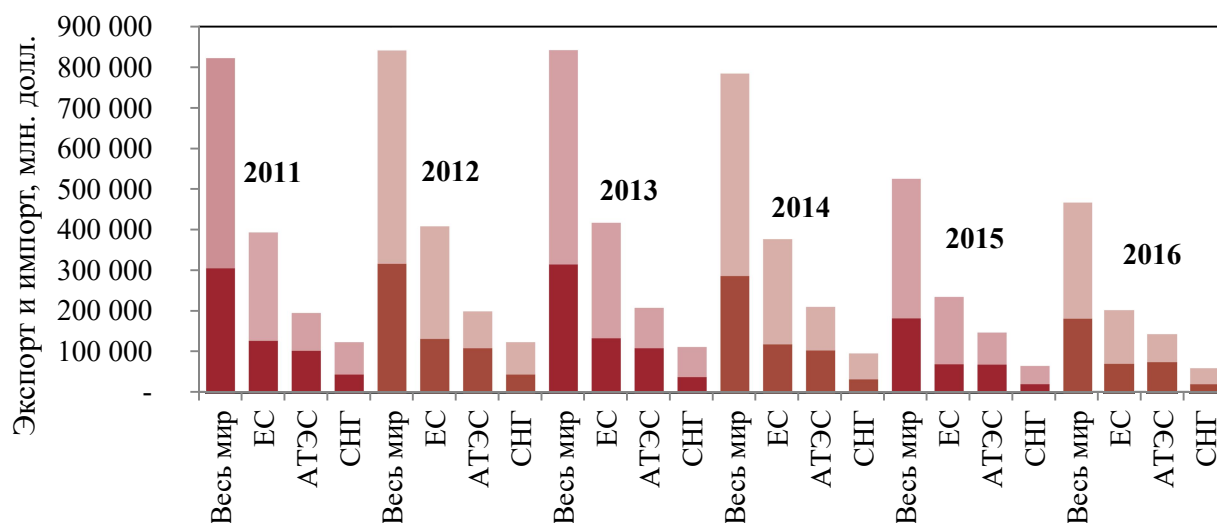


Рисунок 2 – Динамика внешнеторгового оборота России по основным интеграционным объединениям и мировой экономике в целом [составлено и рассчитано авторами на основе 2]

Дополнительно проведем анализ географической структуры российского экспорта за 2011 – 2016 годы по данным Федеральной таможенной службы, прежде всего в разрезе интеграционных групп. Наибольший удельный вес российского экспорта приходится на ЕС: более 50 %, кроме 2015 и 2016 гг. (48,2 и 45,7 соответственно). Растет доля российского экспорта в страны АТЭС – с 17,9 % в 2011 году до 23,6 % в 2016 году. Наблюдается снижение доли российского экспорта в страны СНГ с 15,4 % в 2011 г. до 13,1 % в 2016 г. В абсолютных значениях снижение экспорта наблюдается во всех интеграционных объединениях, причем в ЕС – с 2014 года, в АТЭС – с 2015 года, в СНГ – с 2013 года, что наглядно отражено на рисунке 2.

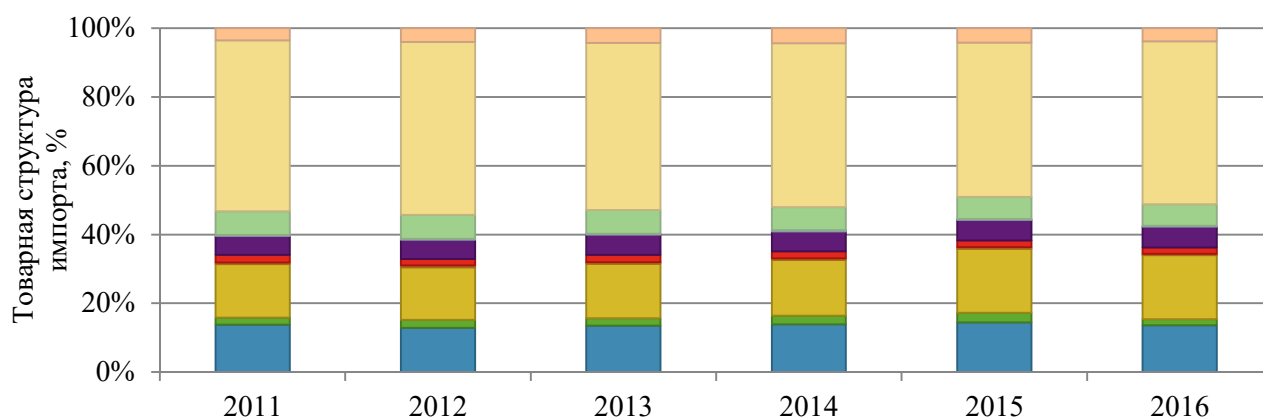
Анализ в разрезе интеграционных групп выявил следующие тенденции в динамике импорта России. Наибольший удельный вес импорта до 2015 года приходился на ЕС, однако в 2016 году его доля незначительно сократилась и составила 38,35 %, при этом страны АТЭС в 2016 году заняли ведущие позиции по импорту. Доля стран СНГ в российском импорте имела устойчивую тенденцию к снижению (с 14,67 до 10,61 %).

В основе ослабления европейского вектора помимо геополитических причин, по мнению Л.Б. Вардомского, лежат объективные мирохозяйственные процессы повышения роли Азии в мировой экономике, стремительный экономический взлет азиатского континента. Азиатский вектор развития отождествляется в первую очередь с АТР. Вместе с тем, реализация потенциала для увеличения внешней торговли России со странами Азии и их интеграционными объединениями будет определяться темпами взаимной адаптации их экономик, которые тесно связаны с созданием современной транспортно-логистической системы и развитием инфраструктуры внешнеэкономических связей. [3].

Обратимся к товарной структуре импорта Российской Федерации со всеми странами (Рисунок 3). Традиционно основными импортными товарами являются машины, оборудование и транспортные средства, удельный вес которых в товарной структуре импорта составлял в 2011 году 49,61 %, 2012 - 50,27 %, 2013 – 48,57 %, 2014 – 47,64 %, 2015 – 44,85 %, а в 2016 – 47,6 %, тогда как в абсолютном выражении наблюдался рост импорта по данной группе товаров в 2012 и 2016 годах, а с 2013 года наблюдается снижение, причем минимальное значение данного показателя наблюдалось в 2015 году. Другой важнейшей статьёй товарного импорта являются «Продукция химической промышленности, каучук», в структуре импорта данная статья неуклонно росла, начиная с 2013 года (15,77 %) до 18,54 %. В абсолютном выражении по всем группам ТН ВЭД наблюдается отрицательная динамика импорта.

Основной группой экспортируемых товаров традиционно являются топливно-энергетические товары, удельный вес которых в товарной структуре

экспорта составлял в 2011 году 63,82 %, а в 2016 – 59,18 %, тогда как в абсолютном выражении наблюдался рост экспорта в 2012, 2013 годах, а с 2014 года наблюдается снижение, причем в 2014 году по сравнению с 2013 годом – на 7,1 %, в 2015 году по сравнению с 2014 годом – на 37,44 %, в 2016 году по сравнению с 2015 годом 23,19 %. Другой важнейшей статьёй товарного экспорта являются «Металлы и изделия из них», их доля незначительно увеличилась с 9,61 до 10,18 %. Обратим внимание на то, что доля «Машин, оборудования и транспортных средств» увеличилась с 7,39 до 8,51 %. По большинству групп ТН ВЭД наблюдается отрицательная динамика с 2014 года, однако стоит заметить в целом положительную динамику роста по группе «Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырьё».



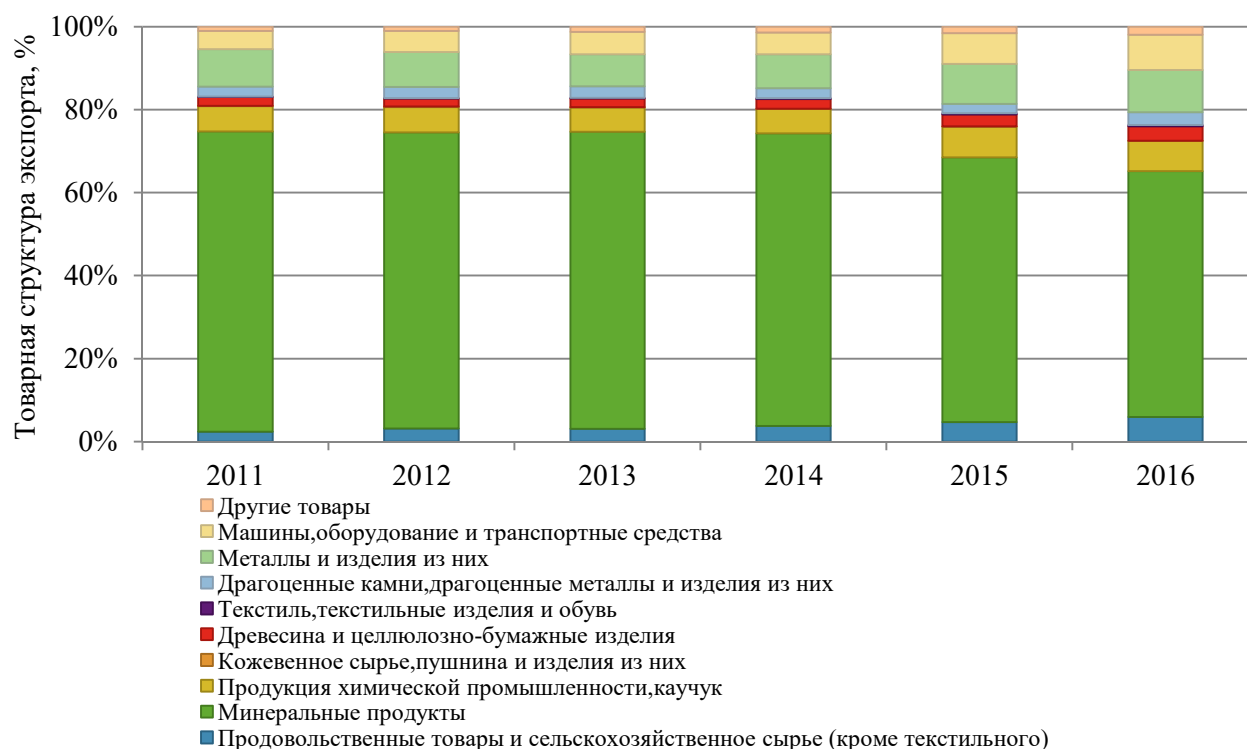


Рисунок 3 – Товарная структура импорта и экспорта Российской Федерации
[составлено и рассчитано авторами на основе 2]

Негативные тенденции в экспортной сфере, связанные с доминированием топливно-сырьевых товаров делает экономику России крайне уязвимой к колебаниям мировой конъюнктуры, поэтому задача расширения конкурентоспособного экспорта, диверсифицированного в товарном аспекте становится весьма актуальной задачей российского бизнеса на глобальном рынке. По мнению А.Н. Спартака, в настоящее время происходят масштабные изменения спроса на рынках развивающихся государств и в конфигурации международной торговой системы. Оба этих процесса создают историческое «окно возможностей» для России. В Китае и Индии быстрыми темпами увеличиваются средний класс и потребительские расходы: по оценкам, к 2017-2018 гг. достигнут в обеих странах 7,5 трлн долл. Освоение даже небольшой части этого рынка, для чего есть все основания, даст мощный прирост российского несырьевого экспорта. Одновременно в развивающихся странах «второго эшелона», демонстрирующих высокие темпы роста ВВП и подушевых доходов, формируется обширная зона комфортного для России (т.е. соответствующего ее

техническим и конкурентным возможностям) спроса на промышленную и аграрную продукцию, различные виды деловых услуг [4].

Таким образом, в ходе проведенного анализа динамики и структуры внешней торговли России выявлены возможности преодоления ее сырьевой направленности за счет изменения отраслевой структуры несырьевых экспортеров, что потребует комплексной поддержки малого и среднего бизнеса, чтобы мобилизовать его потенциал для обеспечения принципиальной возможности осуществить экспансию на мировом рынке. Что касается вектора развития российского бизнеса, то представляется актуальным в ближайшей перспективе освоение рынка развивающихся стран, прежде всего Китая, Индии, где наблюдается спрос на продукцию высокой степени обработки, различные виды деловых услуг, соответствующих техническим и конкурентным возможностям российского бизнеса. Важно использовать возможности азиатского вектора развития и одновременно решение проблемы несырьевого экспорта за счет высокотехнологичного импорта. Причем по сложности решения сдвиг экономики России на Восток превосходит задачу ускоренного развития несырьевого экспорта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Использованный валовой внутренний продукт годовые данные [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab24.htm.
2. Таможенная статистика внешней торговли [Электронный ресурс]. / Федеральная таможенная служба. URL: http://www.customs.ru/index.php?option=com_newsfts&view=category&id=125&Itemid=1976.
3. Вардомский Л. Б. Об азиатском векторе развития России/ Л. Б. Вардомский // ЭКО, № 7, 2017. С. 99 – 111.

4. Спартак А. Н. Возможности российской экспортной экспансии и ее государственная поддержка / А.Н. Спартак // Российский внешнеэкономический вестник. № 5, 2017. С. 3 – 18.

Морозов И.В.

к.э.н., доцент,

доцент кафедры экономики ОмГУПС

г. Омск, Россия

ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕГАКАПИТАЛЬНОЙ СУЩНОСТИ ПРОЦЕССА ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА НА ФОНЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ

Предыдущий период в развитии мирового хозяйства, принятый ранее называть глобализацией, постепенно показывает свою переходную специфику для новых, формируемых в текущий период производственно-экономических реалий. Так, формирование с середины XX века внешней постиндустриальной формы господства услуг в производственно-отраслевой структуре хозяйства на самом деле скрывало подлинно-капитальное назначение данной тенденции по преобладанию услуг.

И дело здесь даже не в том, что последующей тенденцией модернизации хозяйственной структуры и производственного аппарата отраслей стал преимущественный рост услуг и возникавших на их базе интеллектуальных продуктов, с оформлением их в качестве результата функционирования новых наукоемких отраслей. Общий фон роста и значения сферы услуг достаточно хорошо скрывал от взгляда исследователей данный процесс, формально показывая преимущество рыночного фона роста услуг в виде финансовых услуг, нежели реальных тенденций интеграции интеллектуальных услуг с материальным производством.

Лишь дальнейший достаточно длительный рост новых наукоемких услуг и отраслей материального производства создал постепенно в итоге новую форму интегративности отраслей хозяйств и видов деятельности в единый хозяйственный комплекс, возникшую в экономической структуре национальных хозяйств – а именно: особый информационно-индустриальный

комплекс. В нем, во-первых, воплотилось кардинальное новшество нового этапа НТР, сформировавшее и этап компьютеризации производственно-хозяйственного, потребительского и координационного блоков функционирования экономики – то есть, процесса компьютеризации хозяйства на всех уровнях хозяйственной обособленности, от домашних хозяйств до уровня национально-обособленных способов расширенного воспроизводства хозяйственной жизнедеятельности.

Во-вторых, интеллектуальные услуги получили как обширное поле для поиска форм собственного использования в качестве фактора производства, так и общий фон роста их ресурсной базы – развернувшийся процесс информатизации общественной жизни. Наконец, в-третьих, новый информационно-индустриальный комплекс сформировал «преобразующую производительность» интеллектуальных услуг.

То есть, обнаружилась не только преобразующая роль интеллектуальных услуг, но и их производная надстроечная роль, роль надстройки над индустриальным комплексом материального производства как своей неотъемлемой базой, на которой только они и способны развиваться и создавать в ней сферы приложения собственного инновационного результата. А именно: что ценность интеллектуальных услуг в факторах экономического роста оказалась вовсе не в их самоценности (то есть не в их самостоятельном развитии), а лишь в том, насколько и в чем они способны преобразовывать сферы производства, обращения и потребления продукции комплексов отраслей материального производства.

Однако описанные процессы модернизации продуктово-отраслевой структуры национального хозяйства были далеко не главными тенденциями развития национальных хозяйств. Они составляли лишь производственно-отраслевую базу модернизационных изменений. Тогда как рыночно-капитальная база как источник пополнения капитальными ресурсами производственных звеньев национального хозяйства как раз и составляла

важнейшую вторую сторону постиндустриальных тенденций, развернувшуюся, однако, не столько внутри, сколько во внешнеэкономических модернизационных процессах, очерченных ставшим привычным термином глобализации.

Глобализация также в полной мере проявила свои способности к сокрытию подлинно происходящих в экономике модернизационных изменений. Более того, глобализация чаще рассматривается как параллельное постиндустриальным процессам в национальных хозяйствах их дополнение в рамках мировой экономики, как своего рода функциональное проявление постиндустриальности в новом ее фоне, на базе которого она развивается в мировом хозяйстве, что тоже является одним из вариантов самосокрытия своих тенденций процессом глобализации мирохозяйственных связей.

Формально поначалу глобализацию и стали рассматривать лишь в функциональном аспекте обычной эволюции интернационализации, как рост взаимной зависимости национальных хозяйств и результат выхода производственно-хозяйственных связей за рамки национальных границ. Появление сфер раздела интересов по совместной регуляции крупных международных потоков и создаваемых в них запасов ценностей, формируемых в рамках различных национальных хозяйств как сферах создания транснациональными компаниями собственных кооперационных цепочек приращения ценностных величин, стало первым опровержением значимости чисто функционального подхода к глобализации.

Дальнейшие процессы, развернувшиеся в мировом хозяйстве, еще более наглядно стали показывать новую мегакапитальную сущность развернувшихся в мировой экономике процессов глобализации. Так, еще с середины XX века начинает разворачиваться совершенно новый этап деколонизации мирохозяйственных связей, давший новый виток интереса национальных хозяйств к конкуренции за новые сферы рынков и источники длительного и стабильного экономического роста на базе охвата в мирохозяйственных связях блоков совместного с другими странами

взаимовыгодного сотрудничества. Именно с этого периода, на фоне появления всеобщности независимости развития национальных хозяйств, начинает проявлять себя геополитическая стратегия стран как их геоэкономический фактор создания под себя регулятивного пространства в мирохозяйственных связях.

Дальнейшее развитие приводит не только к дальнейшим толчкам деколонизационного пути развития мировой экономики, уже в рамках распада отдельных государственно-территориальных образований (и их интеграционных объединений) обособленного от других стран воспроизводства ценностных потоков и запасов благосостояния, но и к появлению особых интеграционных форм развития геополитики как фактора геоэкономического влияния собственного капитала в мирохозяйственных связях стран. Яркими примерами первых являются происходившие в конце века процессы крушения второго блока мировой системы хозяйствования, а примером вторых служит интеграционное преобразование ЕЭС в ЕС.

Более того, глобализация развития мирового хозяйства создает новую рыночно-институциональную основу в виде совместных потоков валютно-финансовой регуляции мирового хозяйства. Элементами этого выступили как новая валютная система (ямайская), с отказом от привязки к традиционной золото-денежной основе обеспечения обращаемых валютных ценностей, так и введение новой единой валюты интеграционного блока ЕС, но не только. Возникли и другие развернувшиеся в мирохозяйственных отношениях формы институционализации регулятивных валютно-финансовых потоков (например, международные валютно-финансовые системы перелива потоков финансового капитала с использованием единых телекоммуникационных каналов, характерные для той же СВИФТ).

Еще одной формой создания и использования рыночно-институциональной регуляции потоков в мировом хозяйстве стал процесс правового закрепления общих правил функционирования торгово-производственных и финансовых мирохозяйственных связей, направленный

на интеграцию правовых основ традиционного публично-правового блока международного права с блоком регулирования на базе частноправового характера. Формирование институциональных форм закрепления хозяйственных отношений как отношений единого глобального права также является характерной чертой использования средств регуляции мирохозяйственных отношений как своего рода мегакапитала, способного создавать в мировом хозяйстве устойчивые блоки контроля определенными субъектами крупных блоков-сегментов мирового хозяйства, включая контроль поведения как отдельных хозяйственных субъектов, так и целых стран.

Стоит, однако, обратить внимание и на еще один аспект взаимосвязи глобализации с происходящими внутри национальных хозяйств постиндустриальными тенденциями. Именно он подчеркивает, что как раз мегакапитал, возникающий из процессов глобализации, является главной чертой формирования новой производственно-хозяйственной системы, охватывающей постиндустриальное господство услуг как свой фон, на базе которого он расширяет масштабы своего влияния.

Речь идет о двух этапах процветания нефтедобывающих стран (1974-1982-е годы, а также первые годы 2010-х) и последовавших за ними двух шоках от падения цен на мировом рынке нефти. В ходе первого шока наблюдалось начало эпохи компьютеризации национальных хозяйств. В ходе второго ныне можно явственно наблюдать первые ростки начала массовой роботизации, возникшие опять-таки с момента начала второго кризисно-ценового шока от падения цен на мировом рынке нефти. Причем так же, как и первый этап – этап компьютеризации – предварительно был опосредован появлением новой валютной системы, так и наблюдаемый постепенно ныне как возможный второй этап, касающийся роботизации хозяйства, тоже имеет в качестве предварительного эффект появления потоков формирования новой крипто-валютной формы вложения и перелива капиталов. По сути, если рассмотреть начинающейся в мире массовой роботизации, как второго и

взаимосвязанного с происходившим ранее этапом компьютеризации хозяйственной системы, верно, то и мегакапитал есть главная сущность постиндустриальной модернизации хозяйств, а вовсе не возникший первоначально ее фон в виде господства услуг.

Овелян М.Г.

Магистрантка 1 курса

программа «Финансовая экономика»

Тюменский государственный университет

г.Тюмень, Россия

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ
МЕЖДУНАРОДНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА
«ОСВОЕНИЕ АРКТИКИ»**

Арктика - это единый физико-географический район Земли, примыкающий к Северному полюсу и включающий окраины материков Евразии и Северной Америки, почти весь Северный Ледовитый океан с островами (кроме прибрежных островов Норвегии), а также прилегающие части Атлантического и Тихого океанов. В последние годы в геополитическом контексте ценность Арктики заметно возросла. Она – одна из важнейших основ оборонного и экономического могущества России. Руководство нашей страны регулярно подчеркивает, что с развитием территорий Арктики связано решение перспективных задач, имеющих принципиальное геополитическое значение [1].

21 апреля 2014 г. было подписано Постановление Правительства Российской Федерации № 366 г. «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации на период до 2020 года»». Данная программа была принята во исполнение подписанной Президентом «Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2020 года». В настоящее время эти документы являются основополагающими для

Арктических территорий, поскольку в них закладываются приоритеты развития на ближайшую перспективу [5].

В новой редакции госпрограммы актуализированы перечень подпрограмм и основные задачи, индикаторы и целевые показатели, расширен состав участников. Срок реализации программы продлён до 2025 года. Реализация программы позволит создать условия для ускоренного социально-экономического развития Арктической зоны, достижения стратегических интересов и обеспечения национальной безопасности России в Арктике [6].

Усилия по реализации программы будут сосредоточены на трех основных направлениях работы: 1) формирование в арктических регионах точек экономического роста, так называемых опорных зон; 2) дальнейшее развитие Северного морского пути, инфраструктуры, которая бы обеспечивала мореплавание в акватории; 3) освоение континентального шельфа с помощью современной техники и технологий.

На втором этапе финансирования предусмотрено выделение из федерального бюджета порядка 12 млрд. рублей, а на третий этап, то есть с 2021 по 2025 года, при условии дополнительного ресурсного обеспечения планируется почти 150 млрд. рублей.

Для реализации арктической политики Россия планирует создать арктическую организацию государства, включающую специальные объекты, организации и учреждения, арктические формирования и органы, предназначены для выполнения задач реализации арктической политики государства современными методами и средствами, а также органы управления ими [3].

Так, например, в Стратегии развития Арктической зоны России для целей обеспечения национальной безопасности в регионе в качестве приоритетов определено установление особых режимов природопользования путем выработки и реализации мер экономического стимулирования всех заинтересованных субъектов. Арктический регион как никакой другой

нуждается в формировании благоприятных, комфортных, прозрачных условий ведения хозяйственной деятельности [2, с. 54]. Таможенные и налоговые льготы и преференции выступают в качестве катализатора развития арктической макроэкономической системы. Они будут способствовать внедрению элементов инновационной экономики. Другими словами, речь идет о формировании особого порядка управления в Арктической зоне, создании комфортного административно-правового и инвестиционного режима Арктике.

При этом необходимо учитывать специфику арктического пространства России, которая заключается в том, что здесь располагаются различные по типам административно-территориальные образования, происходит пересечение и столкновение интересов крупных хозяйствующих субъектов как между собой, так и с традиционными видами природопользования и требованиями сохранения хрупкой экосистемы региона, разрыв между размещением производства и трудовыми ресурсами.

Стоит отметить, что в российской Арктической зоне существуют предпосылки для формирования всех типов особых экономических зон (промышленно-производственные, технико-внедренческие, туристско-рекреационные, портовые), а также территорий опережающего развития, причем в рамках одной опорной зоны вполне могут сосуществовать разные типы особых зон. Так, например, в Кольской опорной зоне, охватывающей всю территорию Мурманской области, вместо упраздненной портовой особой экономической зоны, разрешено создание зоны территориального развития, сконцентрированной на развитии Мурманского транспортного узла, а также ТОР в г. Кировске, нацеленной на реализацию туристических проектов в рамках туристско-рекреационного кластера «Хибины» и создание площадок для сервисных производств, направленных на обеспечение деятельности горно-химических предприятий Мурманской области. В Архангельской области активно применяются инструменты кластерной политики, создаются и развиваются технологический и инновационные

парки. Кроме того, для развития Дальнего Востока активно применяются инструменты создания свободных портов, и представляется уместным и целесообразным распространение этого режима, например, на опорные порты Северного морского пути. Такой подход позволит создать оптимальные, наиболее благоприятные условия экономической деятельности в субъектах Арктической зоны России, что позволит интенсифицировать и диверсифицировать экономику всего региона и его отдельных субъектов [4, с. 152].

В Освоении Арктической зоны необходим перевод российской экономики на инновационный путь развития. В этой связи помимо сырьевой направленности Арктических территорий можно говорить о необходимости инновационно - инвестиционного прорыва. В условиях изменяющейся технологической, институциональной, экономической среды необходимо программно-целевое управление комплексным развитием Арктической зоны РФ.

Природные богатства Российской Арктической зоны и повышение роли транспортного потенциала в связи с климатическими изменениями требуют от России интенсивных действий для реализации и защиты своих национальных интересов. Так, например, Северный морской путь играет важную роль в транспортной связанности европейской и дальневосточной частей России, осуществлении северного завоза, круглогодичном вывозе на побережье углеводородов из месторождений в Баренцевом, Печерском и Карском морях, перевозке грузов Норильского горно-металлургического комбината.

Что касается уменьшения геоэкономических рисков, то необходимо диверсифицировать экономику региона с помощью государственной поддержки, частных инвестиций и государственно-частного партнерства. Низкий уровень инфраструктуры на российской территории серьёзно сдерживает реализацию инвестиционных проектов, в том числе в части освоения арктического шельфа.

Изучив основные документы, регулирующие освоение Арктической зоны, можно выделить ряд существенных недостатков, которые могут негативно повлиять на эффективность реализации программы и достижение поставленных целей. Во-первых, в «Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности» можно найти большой перечень приоритетов, взятый из других действующих целевых программ, стратегий и концепций развития. Большое количество приоритетов существенно снижает их ценность, программа становится многоцелевой. При этом временной период, на который она рассчитана, можно считать среднесрочным. Ограниченное финансирование неограниченных целей, вероятно, приведет к распылению ресурсов и не позволит достигнуть реальных результатов.

Вторая негативная тенденция: преимущественное внимание в рамках программы крупным сырьевым проектам. Важно заметить, что крупный топливно-энергетический бизнес меньше нуждается в поддержке государства, чем население, социальная и бизнес среда арктических поселений. При этом комплексное социально-экономическое развитие Арктики существенно больше отвечает стратегическим интересам России, чем вахтовый метод, наиболее дешевый и удобный для реализации крупных сырьевых, топливно-энергетических проектов.

Гораздо более эффективным представляется сформировать в рамках программы не абстрактный план, а конкретный перечень работ с указанием мероприятий и объемом инвестиций, уделив при этом максимальное внимание решению социальных проблем арктического населения, повышению качества жизни. Акцент на развитие человеческого капитала Арктики может дать существенный не только социальный, но и экономический эффект.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ковригина Т.А. Проблематика темы «Арктика» в российских и зарубежных СМИ: управленческий аспект // Вопросы управления, 2015. №1 (30). С. 65-71.
2. Липина С.А., Смирнова О.О. Высокотехнологичные проекты в арктической зоне — ключевые аспекты современного геополитического партнёрства // Europeanscience. № 3 (13), 2016. С. 54-57.
3. Лукин Ю.Ф. Арктика: нанотехнологии, военно-промышленный комплекс, инвестиции, национальная идея // Арктика и Север, 2015. № 20. С. 164-168.
4. Смирнова О.О., Липина С.А., Кудряшова Е.В., Крейденко Т.Ф., Богданова Ю.Н. Формирование опорных зон в Арктике: методология и практика // Арктика и Север, 2016. № 25. С. 148-157.
5. Постановление Правительства Российской Федерации от 21.04.2014 г. N 366 № 366 г. «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации на период до 2020 года»».
6. Постановление Правительства Российской Федерации от 31.08.2017 г. № 1064 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации на период до 2025 года»».
7. Комплексный проект развития Северного морского пути до 2030 года.

Скорынина Е.А.

Студентка магистратуры

кафедры экономической теории и прикладной экономики ТюмГУ

г.Тюмень, Россия

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СЕВЕРНОГО МОРСКОГО ПУТИ

В соответствии со Стратегией развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2020 года одной из определяющих характеристик социально-экономического развития Российской Арктики является грузооборот по Северному морскому пути.

Северный морской путь проходит по морям Северного Ледовитого и частично Тихого океанов через арктические порты и крупные сибирские реки и связывает Центральную часть России с Дальним Востоком.

В течение десятилетий судоходство в водах Северного Ледовитого океана было ограничено ввиду присутствия плотного многолетнего морского льда, однако в сентябре 2007 года беспрецедентное таяние арктического льда позволило открыть эти пути для неледокольных судов. Сегодня Северный морской путь рассматривается странами как перспективная транзитная международная трасса.

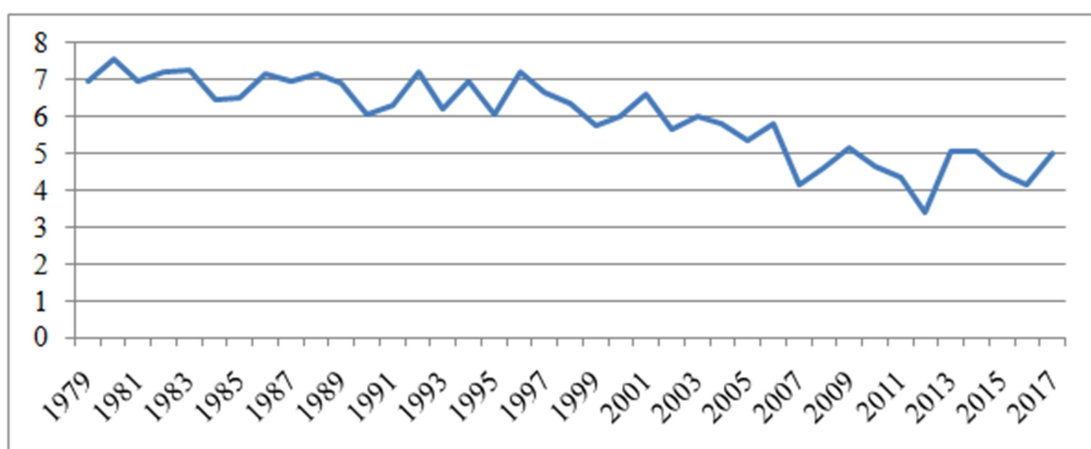


Рисунок 1. Площадь арктического морского льда (минимальные годовые значения), млн. кв. км

Переход от целевого критерия управления к принципу экономической эффективности в конце XX века негативно отразился на арктических морских перевозках: достигнув своего максимума в 1990 году (около 8 млн тонн), они уже в 1998 г. снизились до 1,25 млн т. в связи с распадом Советского Союза и последовавшим за ним системным социально-экономическим кризисом. В последние годы наблюдается постепенный рост морских перевозок. По мнению экспертов, интенсивность судоходства по Северному морскому пути в ближайшие шесть-восемь лет может увеличиться более чем в 30 раз, а к 2030 году через арктические территориальные воды может производиться до четверти грузооборота между Европой и Азией. Обеспечить подобный рост грузооборота могли бы перевозки разведанных в Арктической зоне РФ углеводородных ресурсов. В настоящее время они составляют более половины всех перевозок по Северному морскому пути.

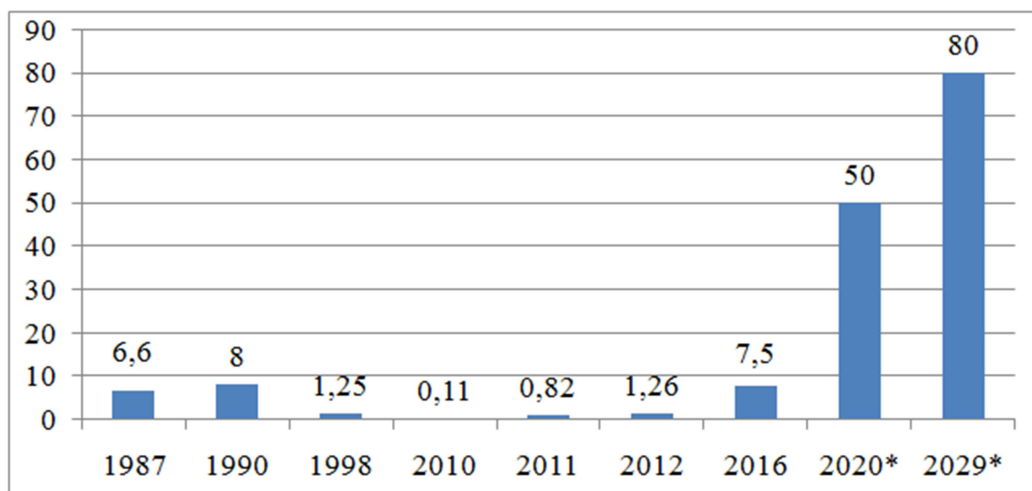


Рисунок 2. Грузооборот по Северному морскому пути, млн. тон

Круглогодичная навигация в арктических водах стала возможной только с созданием мощного ледокольного флота. На сегодняшний день Российская Федерация – единственное государство, которое обладает атомным ледокольным флотом. К 2020 году Россия планирует получить три атомных ледокола нового поколения, которые будут построены на Балтийском заводе в Санкт-Петербурге.

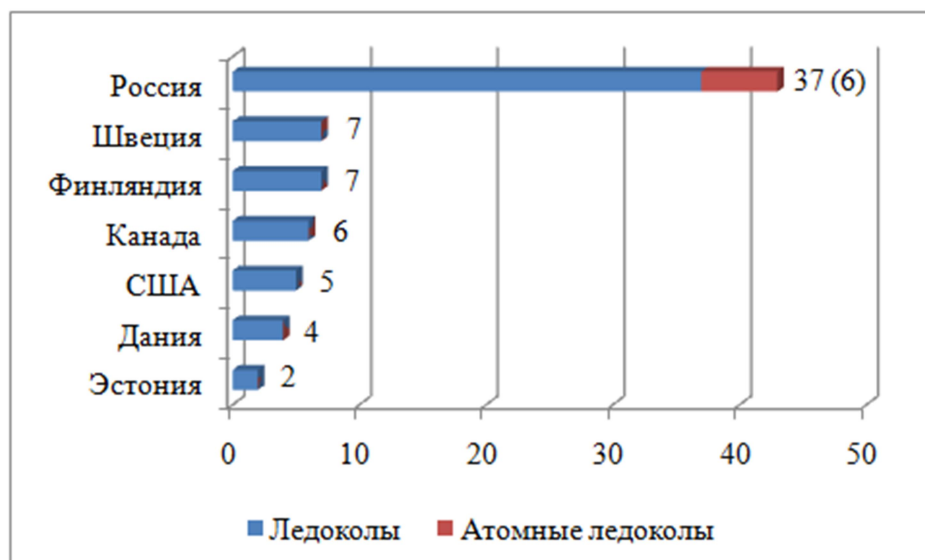


Рисунок 3. Количество ледоколов разных стран, шт.

Основными преимуществами Северного морского пути являются:

- отсутствие очереди и пошлины за проход судов, как например, на одном из самых оживленных морских транспортных артерий планеты – Суэцком канале. Суэцкий канал обслуживает около одной пятой части всех мировых перевозок нефти и примерно одну десятую от объема всех мировых торговых транспортировок. Северный морской путь, соединяющий Европу с азиатскими странами, может стать одной из экономических альтернатив;

- экономия времени и, соответственно, финансовых средств. В среднем, по оценке специалистов, время доставки грузов через Суэцкий канал составляет тридцать три дня, в то время как путь через арктические моря в действующих климатических условиях занимает двадцать суток. Таким образом экономится топливо, а с ним и объемы эмиссий CO₂, сокращаются транспортные издержки.

- отсутствие риска морского пиратства и политической нестабильности. Повышенная стоимость страхования груза, связанная с опасностью получения ледовых повреждений, сравнима с повышенной страховкой при проходе через территории Аденского пролива (встречи с пиратами).

Северный морской путь является альтернативой Суэцкому каналу и Транссибирской магистрали, которые достаточно давно работают в режиме перегрузки. Это кратчайшая морская дорога из Европы в Азию. Летом 2009

года коммерческое освоение Северного морского пути вышло на новый уровень: два судна компании Beluga прошли по нему из Северной Кореи в Роттердам. Экономия на каждый из грузовозов составила свыше 300 тысяч евро по сравнению с расходами по маршруту через Суэцкий канал.

Однако существуют и особенности для судоходной магистрали через Северный морской путь:

- наличие льдов на всем пути следования транспорта, суровый и непредсказуемый климат. Навигация может осуществляться только с июня по октябрь. Несмотря на подавляющее мнение специалистов о продолжении потепления, существуют противоположные прогнозы, что в ближайшие пять лет начнется похолодание и увеличение толщины ледяного покрова;

- помимо этого, существует необходимость серьезных финансовых расходов для поддержания Северного морского пути в рабочем состоянии (напр., флот ледоколов). Однако данные затраты не очень велики (около 10 тысяч долларов за рейс), учитывая экономию времени рейса на 7-22 суток (250-900 тысяч долларов за рейс);

- неразвитость инфраструктуры: недостаток портов (строительство новых портов является очень затратным), коммуникационных систем и навигационных пособий;

- отсутствие определенности в правовом статусе. Долгое время Северный морской путь позиционировал себя как внутренний маршрут, принадлежащий Российской Федерации. Государство могло устанавливать требования к правилам движения судов в территориальных водах и перевозчикам. В настоящее время в связи с ростом привлекательности Северного морского пути права России стали оспаривать соседние страны;

- хрупкая экологическая система арктического региона. Любая авария может иметь непредсказуемые последствия.

Таким образом, дальнейшее сокращение ледяного покрова, обеспечение круглогодичной работы и выстраивание инфраструктуры способно привести к тому, что Северный морской путь может стать одним из основных грузовых

маршрутов в мире. Развитие Северного морского пути способно дать мощный импульс развитию не только Арктической зоне Российской Федерации, но и экономике страны в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Селин В.С. Движущие силы и проблемы развития грузопотоков Северного морского пути // Арктика и Север. 2016. № 22. С. 87-100.
2. Тутова М. О. Перспективы развития Северного морского пути и инфраструктура Арктической транспортной системы // Молодой ученый. 2016. №13.1. С. 128-132.
3. Жилина И.С. Правовые аспекты развития Северного морского пути и Северо-Западного прохода как новой Арктической морской транспортной системы// Арктика и Север. 2012. № 7. С. 1-18.

Федорова П.В.

студент

Лиман И.А.

д-р экон. наук, профессор

кафедры экономической теории и прикладной экономики ТюмГУ

г. Тюмень, Россия

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КАТЕГОРИИ «ФРАНЧАЙЗИНГ»

Аннотация: Статья раскрывает понятие франчайзинга, рассматривает различные его определения, его законодательное регулирование.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, франшиза, бизнес.

Франчайзинг происходит от французского слова «franchise» и переводится как преимущества, освобождение от уплаты налогов. Франчайзинг, по нашему мнению, экономическое явление, предполагающее собой установление долгосрочных партнерских связей и длительного сотрудничества, в рамках которых франчайзер (правообладателем) осуществляет передачу исключительного права в пользование, а также налаживает процесс обучения технологиям производства, технически и материально обеспечивает франчайзи (пользователя) всеми необходимыми составляющими осуществления предпринимательской деятельности.

В литературе встречаются и иные определения понятий «франчайзинг» и «франшиза». К примеру, в своем исследовании Ксениди И.Д. предлагает следующие определения рассматриваемых терминов:

- франчайзинг это вид отношений между субъектами рынка, при котором одна из сторон передаёт второму участнику отношений за определенную плату, конкретный вид бизнеса, прибегая к готовой бизнес-модели его ведения;

- франшиза является объектом договора франчайзинга, комплексом благ, необходимых для создания и ведения бизнеса.

Следующий автор, Гучев И.А., определяет для себя франчайзинг как вид взаимодействий между рыночными субъектами, при которых одна сторона предоставляет другой стороне за оговоренную плату особое право на использование своей торговой марки и/или имени и помимо этого передаётся сама технология ведения бизнеса и прочая коммерческая информация, для производства и реализации товара или услуги, следуя прописанным правилам [2, с. 23].

Толкаченко Г.Л. и Федоров А.В. - авторы, которые в своём общем труде подразумевают под франчайзингом систему согласований, при которой владелец торгового знака, торговой марки или авторского права предоставляет право другой фирме пользоваться их разработками при соблюдении оговоренных требований [8, с. 79].

Из определения Звановой Т.В. и Крикунова Е.А.. определим, что владельцев торговых знаков, марок или авторских прав называют «франчайзерами», а фирму, которой предоставляется право пользования предоставленными им разработками, называют «франчайзи» [4, с. 32].

Помимо прочего, можно отметить работу Коврова О.Г. и Кирюшиной А.Н., благодаря которой мы можем изучить предложенную ими трактовку понятия «франчайзинг». Под франчайзингом данные авторы понимают смешение модели крупного и малого предпринимательства, при котором крупные фирмы заключают контракт с небольшими организациями («дочерними» компаниями, предпринимателями, т.е. «франчайзи») на право работать под именем франчайзера [5, с. 124].

Евдокимова И.С. под франшизой подразумевает комплекс благ, предоставляющий юридическим и частным лицам право пользования именем, авторскими разработками, моделью бизнеса франчайзера [3, с.21].

С. И. Ненашев дает краткое и наиболее точное определение франчайзинга. Он рассматривает франчайзинг не столько с правовой, сколько с функциональной точки зрения. Поэтому отношения, выражающие сущность

франчайзинга, «рождаются в недрах бизнеса, а не в нормотворческих лабораториях»[7, с. 98].

Если дополнить и систематизировать приведённые выше определения, получим оптимальную, на наш взгляд, трактовку термина «франчайзинг». Франчайзинг - это способ организации и реализации предпринимательской деятельности, подразумевающий под собой систему взаимодействий, прописанных в договоре франчайзинга и других сопутствующих документах. Франшизой же, как правило, называют комплекс исключительных прав, передаваемых по договору. Использование франчайзинга позволяет фирме оптимизировать и усовершенствовать свою деятельность.

Однако нужно принимать во внимание, что любые общественные отношения, а в особенно экономические, необходимо законодательно урегулировать, поскольку чем более сложный характер присущ общественным отношениям, тем сильнее необходимость определения их правового статуса.

При этом, отсутствие правового урегулирования не влияет на процесс развития франчайзинга, но создает при этом некоторые сложности для этих общественных отношений. Эта мысль подтверждается тем, что лишь немногие страны имеют специальные правовые акты, регулирующие франчайзинг.

В Российской Федерации термин "франчайзинг" законодательно не закреплён. В качестве альтернативы в Гражданском кодексе можно рассматривать главу 54, где данное понятие заменено на коммерческую концессию[1]. Взгляды правоведов в вопросах соотношения данных понятий расходятся. Первые считают, что термин «франчайзинг» по смысловому значению охватывает больше «коммерческой концессии», а вторые говорят, что они равны между собой. В зарубежных странах рассматриваемый термин применяется по-разному. Например, Республика Молдова и Великобритания пользуются термином "франчайзинг", а такие страны как Бельгия, Франция и Швейцария употребляют в своей речи "коммерческая концессия".

В США под термином «франчайзинг» понимается два различных смысла предпринимательских отношений:

- во-первых, франчайзинг в качестве «бизнес-формата». Эта форма имеет соответствие с европейской версией франчайзинга, которая представляет собой договор, обеспечивающий франчайзи принятие предпринимательской системы и методов франчайзера и использование его торговой марки и фирменного наименования.

- во-вторых, франчайзинг «товарный», подразумевающий под собой договор, дающий право франчайзи лишь продавать товары, которые произведены франчайзером или обозначены его торговой маркой. При этом франчайзи не находится под контролем франчайзера и не получает от него никакой помощи.

В современном мире франчайзинг – это довольно выгодное сотрудничество, между хорошо зарекомендовавшей себе на рынке компанией, и предпринимателем, действующим на основе большого опыта, ведения бизнеса под известной маркой. Сейчас насчитывается около 70 отраслей в которых функционируют франчайзинговые компании, скажем так главными «поставщиками» франшизы считаются страны: США, Япония, Канада, Великобритания, Германия, Австралия и Франция. Во всем мире насчитывают почти 1,5 млн. франчайзинговых компаний.

В ходе работы франчайзера и франчайзи, получается взаимовыгодное сотрудничество, предприниматель – то есть франчайзи, получает некий опыт и естественно свою прибыль, а франчайзер – то есть компания продавшая франшизу, расширяется и получает новых клиентов, ее бренд становится более узнаваемым, на территории других регионов, и других стран.

В настоящее время, наиболее популярные отрасли, где активно продаются франшизы, считается розничная сеть, сети автозаправок, салоны красоты, но не стоит забывать, что постепенно франчайзинг охватывает и развивает другие отрасли в сфере экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 28.03.2017)// Собрание законодательства РФ", 29.01.1996, N 5, ст. 410
2. Гучев И. А. Франчайзинг как эффективный вектор развития малого бизнеса в России // Сборник научных работ III-го Международного молодежного конкурса: в 4-х частях. 2016. №12. С. 23-28.
3. Евдокимова И. С. Франчайзинг в условиях нестабильной внешней среды // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. 2016. №2. С. 20-29.
4. Званова Т.В., Крикунов Е.А. Франчайзинг как стратегия развития малого предпринимательства // Бизнес и общество. 2015. С. 32-35.
5. Ковров О.Г., Кирюшина А.Н. Франчайзинг в ресторанном бизнесе как стратегия развития сетей // Российский университет дружбы народов. 2016. №2-1. С. 124-127.
6. Конорева Т.В., Гребенюк Л.Н. Деловая репутация, коммерческий опыт в предмете договора коммерческой концессии // Вестник Сибирского юридического института МВД России. 2015. №2. С. 45-49.
7. Ненашев С.И. Технология франчайзинга: условия и принципы его успешного применения// Франчайзинг: мировой опыт и его применение в российской торговле и сфере услуг. Сб. матер.межд. конф. -М.:2016. 115 с.
8. Толкаченко Г.Л., Федоров А.В. Франчайзинг как инновационный инструмент развития бизнеса// Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. - 2016. - № 1. - С. 74-85.

Раздел IV. Финансовая система и финансово-кредитные отношения

Гомон Т.В.

студентка

Научный руководитель: Матяс В.А.

к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

г. Пинск, Республика Беларусь

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО И МИКРО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БПС- СБЕРБАНК»)

На сегодняшний день сектор малого и микро бизнеса практически во всём мире является одним из приоритетных направлений развития экономики. Республика Беларусь не является исключением. С каждым годом всё больше это направление стремятся развивать. Актуальность этого сектора обусловлена множеством факторов: гибкость деятельности, дополнительные доходы в бюджет в виде налогов, производственная, территориальная и технологическая дифференциация бизнеса, вклад в ВВП страны.

Однако, для развития, а порой и просто для продолжения своей деятельности, малому и микро бизнесу необходимы дополнительные денежные средства, помимо собственных, что вынуждает обращаться к кредиторам. В Республике Беларусь есть множество источников финансирования, таких как микрофинансирование, венчурное финансирование, деятельность бизнес-ангелов, программы государственной поддержки, различные фонды, стартапы, лизинг, краудфандинг, некоммерческие кредитно-финансовые организации, ассоциации МиСБ. Вместе с тем наиболее распространённым представляется банковское кредитование. При этом высокие процентные ставки в последние годы существенно ограничивали доступ субъектов МСБ к заёмным средствам.

В настоящее время стоимость кредита стала значительно ниже, что привело к увеличению количества выдаваемых кредитов малому и микро бизнесу. В связи с увеличением количества выдаваемых кредитов растёт необходимость в адекватной оценке кредитоспособности, поскольку данный этап в процессе кредитования занимает одно из самых важных мест.

Проблемная задолженность по кредитам, выданным банками микроорганизациям и малым организациям, на 01.01.2017 составила 223492 тысяч рублей, что на 26,9% больше, чем в аналогичный период 2016 г. [3]. Постоянный рост просроченной задолженности по кредитам, выданным субъектам малого и микро бизнеса, ещё раз подчёркивает актуальность и важность изучения методик оценки кредитоспособности.

Кредитоспособность – это оценка банком заёмщика с точки зрения возможности и целесообразности предоставления ему кредита, способность клиента возратить сумму кредита и процентов по нему [1].

В Республике Беларусь используется скоринговый метод (бальная система) и логический метод (метод экспертной оценки) оценки кредитоспособности. Коммерческие банки разрабатывают собственные методики оценки кредитоспособности. Рассмотрим оценку кредитоспособности субъектов малого и микро бизнеса в ОАО "БПС-Сбербанк". Оценка включает в себя следующие процедуры:

- анализ стоп-факторов;
- оценку финансовых показателей деятельности клиента;
- оценку качественных показателей деятельности клиента;
- оценку предупреждающих сигналов, по которым с высокой вероятностью можно предсказать ухудшение финансового состояния клиента [2].

Рассмотрим более детально каждую из процедур.

Анализ стоп-факторов.

Проводится проверка наличия в деятельности клиента следующих стоп-факторов (на момент обращения за операцией, подверженной кредитному риску, осуществления мониторинга):

включен ли клиент в реестр коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей с повышенным риском совершения правонарушений в экономической сфере;

выявляется информация об осуществлении любого вида деятельности из указанных в приложении;

имеется ли непокрытый убыток на последнюю отчетную дату;

имеется ли просроченная задолженность по договору(-ам) или просроченная задолженность перед банком;

имеется ли картотека к внебалансовому счету «Расчетные документы, неоплаченные в срок» длительностью 10 и более календарных дней подряд;

имеется ли арест денежных средств на текущем (расчетном) банковском счете или приостановление операций по текущему (расчетному) банковскому счету уполномоченными органами длительностью свыше 10 календарных дней;

Из других важнейших стоп-факторов следует отметить:

в отношении клиента возбуждена процедура банкротства в соответствии с Законом Республики Беларусь;

непредставление клиентом информации, необходимой для оценки финансового состояния;

клиент не осуществляет деятельность на протяжении не менее двух последних отчетных кварталов (отсутствуют поступления на текущие (расчетные) банковские счета и клиентом не предоставлена информация, подтверждающая ведение хозяйственной деятельности).

В случае выявления любого из стоп-факторов проведение анализа финансового состояния клиента прекращается.

Оценка финансовых показателей.

Анализ расчетных финансовых показателей осуществляется на последнюю отчетную дату.

По результатам оценки отдельных показателей производится оценка всего блока финансовых показателей:

- в случае если более чем по трем показателям блока выявлена

«неудовлетворительная» оценка, всему блоку финансовых показателей присваивается «неудовлетворительная» оценка;

- в случае если не более чем по трем показателям блока выявлена «неудовлетворительная» оценка, всему блоку финансовых показателей присваивается «удовлетворительная» оценка.

Оценка качественных показателей.

Для оценки качественных показателей используются три группы: устойчивость деятельности и конкурентная позиция, менеджмент, кредитная история. В случае наличия хотя бы одной «неудовлетворительной» оценки по одной из групп, оценка всего блока качественных показателей классифицируется как «неудовлетворительная».

Оценка предупреждающих сигналов.

Предупреждающие сигналы, это факторы, с помощью которых с высокой вероятностью можно предсказать дефолт организации. Анализ предупреждающих сигналов осуществляется за последние 12 месяцев, предшествующих дате подачи заявки на осуществление операции, подверженной кредитному риску/ дате проведения мониторинга.

Подводя итог сказанному, можно сделать вывод, что недостатком данной методики является то, что данные заявителем предоставляются только за два отчётных периода. Так же существенным недостатком методики оценки кредитоспособности является то, что при оценке финансовых и качественных показателей, каждый из критериев и факторов имеет одинаковую значимость.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Инновационные кредитные технологии 6 монография / С.С. Захорошко. – Гродно : ГГАУ, 2013. – 233 с.
2. Методика оценки финансового состояния клиентов ОАО «БПС-Сбербанк» : утв. заседанием правления ОАО «БПС-Сбербанк» от 31.10.2011 г. N 01-07/492
3. Статистический бюллетень выпуск в разрезе банков на 01.01.2017/ Национальный банк Республики Беларусь. – Минск, 2017.

Гриб А.Н.

Магистрант (ПолесГУ, г. Пинск, Республика Беларусь)

Научный руководитель - Петрукович Н.Г.

К.э.н., доцент (ПолесГУ, г. Пинск, Республика Беларусь)

РИСКИ КРЕДИТОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ И ПУТИ ИХ МИНИМИЗАЦИИ

Одной из целей, преследуемых экономической политикой Республики Беларусь, является достижение высоких показателей деловой активности в реальном секторе экономики. Для реализации поставленной цели при недостаточном техническом оснащении основными фондами промышленных предприятий необходима активизация инвестиционного процесса. При этом важная роль отводится банковскому сектору как одному из наиболее развитых секторов белорусской экономики. Сегодня банки рассматриваются как потенциально активные и обладающие достаточными ресурсами участники инвестиционного процесса.

Тем не менее, тенденции последних лет в развитии экономики демонстрируют устойчивое падение инвестиций в основной капитал, которое может быть объяснено за счёт оптимизации расхода бюджета, сокращения собственных средств организаций и свёртывания кредитования со стороны банков.

В таких условиях акцент в инвестиционной деятельности должен быть установлен на привлечение внешних источников финансирования, т.е. иностранных инвестиций в экономику страны, а также наращивание банковского кредитования инвестиционных проектов как одного из наиболее привлекательных источников расширения долгосрочных активов субъектов реального сектора экономики с учётом надёжной и достоверной оценки кредитных и других рисков. Данный аспект определяет актуальность выбранной темы исследования.

В настоящее время в литературе по бизнесу, инвестиционному проектированию и банковскому кредитованию нет единого представления о системе рисков, которые непосредственно сопряжены с кредитованием инвестиционных проектов. Некоторые исследователи делают акцент на специфике деятельности предприятия-кредитополучателя, другие выдвигают в число первостепенных внешние риски, которые не связаны напрямую с деятельностью клиента.

Однако наиболее часто выделяют следующие виды рисков:

- риск недофинансирования проекта;
- производственный риск;
- маркетинговый риск;
- финансовый риск;
- административный риск;
- риск возникновения форс-мажоров;
- риск ухудшения финансового состояния;

Риск недофинансирования проекта

Оценка данного риска производится на инвестиционной фазе инвестиционного проекта. Данный риск связан прежде всего с возникновением объективных и/или субъективных обстоятельств, в силу которых клиент и/или инвестор могут не исполнить свои обязательства по финансированию проекта. Кроме того, отдельной разновидностью риска недофинансирования проекта является нарушение обязательства клиента/инвестора по вложению собственных средств в проект (в современной банковской практике зачастую устанавливается минимально необходимый уровень участия кредитополучателя в финансировании проекта за счёт собственных средств, который фиксируется в кредитной политике банка).

В качестве инструмента минимизации данного риска можно использовать применение такой схемы финансирования проекта, при которой банк участвует в его финансировании по остаточному принципу, то есть оказывает кредитную

поддержку только после внесения инвестором в проект определённой суммы собственных средств. Кроме того, широко применяется практика предоставления в качестве обеспечения обязательств по инвестиционному кредиту поручительства конечного бенефициара клиента/инвестора.

Производственный риск

Данный риск оценивается на инвестиционной фазе проекта и связан прежде всего с неисполнением/ненадлежащим исполнением подрядчиков обязательств по выполнению работ/оказанию услуг, связанных с реализацией проекта. В ходе реализации проекта может возникнуть превышение стоимости работ, увеличение сроков выполнения строительно-монтажных работ, нарушение условий монтажа оборудования. Кроме того, оценивается вероятность увеличения текущих затрат, невыхода в запланированные сроки на эксплуатационную фазу реализации проекта и проектную мощность, нарушения ритмичности производства и др.

Средством минимизации данного риска является обозначения в договорах на оказание работ/услуг условий, минимизирующих вероятность возникновения производственного риска (условия о шеф-монтаже, гарантийном обслуживании, ограничение авансирования к привязке к срокам выполнения работ и качеству их выполнения, принятие заказчиков работы поэтапно на основании акта приёмки выполненных работ, выбор при большом объёме строительно-монтажных работ одного генерального подрядчика, чья деловая репутация и благонадёжность могут быть достоверно оценены), оценка объективности производственного плана проекта с учётом опыта реализации схожих/аналогичных проектов.

Маркетинговый риск

Данный риск присущ эксплуатационной стадии проекта и может выражаться в не достижении запланированных объемов и/или цен реализации, задержке в выходе на рынок, отсутствии спроса и т.п. Возникновение маркетингового риска могут спровоцировать ошибки в планировании дохода, недостаточный анализа рынка, неверная оценка конкурентоспособности,

неправильное ценообразование. Также на маркетинговый риск влияют ошибки в стратегии продвижения: недостаточный бюджет на продвижение или неправильный способ продвижения.

Инструментом минимизации риска является истребование у клиента предварительных договоров/соглашений на поставку продукции, договоров на аренду площадей, оценка достоверности и объективности заключений маркетинговых служб.

Финансовый риск

Данный риск может возникнуть на эксплуатационной фазе проекта и находит своё отражения в вероятности возникновения трудностей при обслуживании клиентом/инвестором своего кредитного портфеля. Наиболее значимыми факторами финансового риска исследователи выделяют процентный и валютный риски.

В рамках минимизации данного риска оценивается прозрачность финансовых потоков инициаторов проекта в рамках его реализации, а также возможность обслуживать валютные обязательства.

Административный риск

Данный риск может проявиться на эксплуатационной фазе проекта. Он связан с особенностями регионального законодательства, правилами ведения бизнеса с учётом специфики осуществляемого вида деятельности и реализуемого проекта.

Инструментом минимизации административного риска является контроль наличия у клиента/инвестора всей разрешительно-согласовательной документации, оформленной в соответствии с законодательством, до выхода проекта на эксплуатационную фазу.

Риск возникновения форс-мажоров

Данная категория риска присуща в равной степени как инвестиционной, так и эксплуатационной фазам инвестиционного проекта и связана с возникновением объективных обстоятельств, с наступлением которых связана вероятность нарушения графика реализации инвестиционного проекта. Данный

риск включается в себя стихийные бедствия, техногенные катастрофы, аварии, геополитические конфликты и др.

Инструментом ограничения данного риска является страхование риска невозврата кредита и/или иных аналогичных рисков в аккредитованных страховых организациях.

Риск ухудшения финансового состояния

Финансовое состояние клиента – один из индикаторов, на которые ориентируется банк при оценке вероятности возврата средств, выданных в форме кредита. Устойчивое финансовое состояние свидетельствует о том, что бизнес клиента развивается успешно, а реализация проекта продвигается согласно намеченному графику. Ухудшение финансового состояния является предупреждающим сигналом, который может указывать на снижение вероятности возврата выданных средств.

Инструментом минимизации данного риска является ежеквартальный мониторинг финансового состояния, включающий в себя оценку основных тенденций в развитии бизнеса клиента, качество хозяйственных расчётов, контроль основных финансовых показателей и др.

Таким образом, становится очевидным, что только объективная и полная оценка всей системы рисков на разных стадиях реализации инвестиционного проекта позволят свести к минимуму вероятность возникновения потерь при осуществлении кредитования инвестиционных проектов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Логинова, О., Ивасенко, А. Система рисков кредитования инвестиционных проектов [Текст] / О.О. Логинова, А.Г. Ивасенко // Сборник научных трудов НГТУ. – 2003. - №4(34). – С. 109 – 104

2. Риски инвестиционного кредитования// Информационный банковский портал “Банки – информация, новости” [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://www.provsebanki.ru/text/269>. – Дата доступа: 04.10.2017

Давыдова Н.Л.

канд. экон. наук, доцент

доцент кафедры банковского дела УО «ПолесГУ»

г. Пинск, Республика Беларусь

Сплошнов С.В.

канд. экон. наук, доцент

проректор по профессиональному обучению

УО «ГИПКипК «ГАЗ-ИНСТИТУТ»,

г. Минск, Республика Беларусь

ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Процессы модернизации в развитых странах исторически носят имманентный характер, обусловлены не только экономическими, но и социокультурными, политическими и иными факторами внутреннего развития. В отличие от промышленно развитых стран, фактически завершающих эволюционный переход к постиндустриальному обществу и к «конкуренции на основе инноваций», Республика Беларусь в конце 90-х – начале 2000-х гг. объективно стояла на пути «догоняющей» модернизации или имитации. Жизнеспособность национальной экономики обеспечивалась на основе заимствования (копирования) иностранных технологий, методов организации производства и стимулирования труда, происходил постепенный переход от «конкуренции на основе факторов» к «конкуренции на основе инвестиций» (в терминологии М. Портера). Такая модернизация, являясь ответом на внешние вызовы, в то же время не сопровождалась в Республике Беларусь активной адаптацией зарубежного опыта в сфере государственного строительства, социальной сфере, не определила приоритетность массовой приватизации, как произошло в ряде других стран с развивающимися рынками. Белорусское общество подтвердило тезис Ш. Эйзенштадта и дало свой «ответ в

соответствии с принципами, структурами и символами, заложенными в достижениях его длительного развития» [1], выработало собственную социально-ориентированную модель экономического развития. В условиях обязательных технологических заимствований сохранена национальная специфика, приобретающая в условиях глобализации роль важнейшего конкурентного преимущества.

Представляется, что современный этап модернизации экономики страны – этап смешанной эндогенно-экзогенной стратегии модернизации. Исходя из ресурсных и финансовых возможностей экономики, в одних сферах целесообразно по-прежнему придерживаться стратегии догоняющего развития при безусловном обеспечении высокой инновационности приобретаемого оборудования и технологий, в других – на стратегии национальной (эндогенной) модернизации с максимальным использованием собственных передовых научных разработок и массовой коммерциализацией новшеств. Необходимыми условиями результативности эндогенно-экзогенной стратегии являются:

- институциональная модернизация наряду с инфраструктурными преобразованиями, направленная на стимулирование инвестиционных процессов, организационную и финансовую поддержку научно-технической и инновационной деятельности, повышение предпринимательской активности за счет формирования благоприятной бизнес-среды, мотивации ведения бизнеса;

- модернизация производственного потенциала и структурная перестройка экономики на основе ускорения инвестиционных и инновационных процессов; формирование крупных интегрированных структур, определяющих концентрацию капитала и человеческих ресурсов, способных обеспечить инновационный прорыв;

- развитие кредитной системы страны и фондового рынка, обеспечивающих аккумуляцию и перераспределение финансовых ресурсов между отраслями экономики, привлечение зарубежных и внутренних инвесторов;

– изменение экономических отношений в направлении ускорения развития рыночных институтов и мотивационных механизмов, дальнейшего повышения качества человеческого капитала; приоритетная бюджетная поддержка развития науки и инновационной сферы; развитие инновационного предпринимательства.

Объем решаемых задач в области модернизации экономики определяется финансовыми ограничениями в части привлечения внешнего финансирования, возможностями бюджетной поддержки, ресурсной базы банковской системы страны.

Важнейшим аспектом, определяющим результативность проводимых мероприятий, является выбор источников финансирования модернизации национальной экономики. Использование различных источников финансирования, их комбинирование, тесно связано с типологией предпринимаемых модернизационных мер. Ориентация на инструментарий догоняющей модернизации, предусматривающей исключительно заимствование технологий, предполагает источники финансирования, отличные от используемых в случае перманентной национальной модернизации, в значительной мере проводимой собственными силами с выраженным приоритетом для собственных разработок и технологий.

Таким образом, решение задачи массовой модернизации экономики предполагает формирование достаточных финансовых ресурсов, состав и структура которых предопределяет доминирование определенного типа модернизации:

– монетаристский подход предполагает меры жесткой бюджетной экономии, позволяющей обеспечить долгосрочную макроэкономическую стабильность, устойчивость курса национальной валюты. Модернизация экономики в части обновления основного капитала, открытых инноваций (приобретение патентов, лицензий и др.) может осуществляться преимущественно за счет собственных средств субъектов

предпринимательской деятельности, в том числе в рамках активизации процесса привлечения прямых и портфельных инвестиций;

– инвестиционный подход допускает возможность существенной (массовой) бюджетной и эмиссионной кредитной поддержки отраслей реального сектора экономики и ориентирован на обеспечение эффективности реализуемых проектов, в рамках которых создается новая стоимость. Доминирование данного подхода в Республике Беларусь в период 2008-2010 гг. при ощутимом недостатке эффективных проектов, завышении их стоимости, а также в связи с влиянием внешних шоков, определило нарастание кризисных факторов, послужило катализатором девальвационной волны марта-октября 2011 г.;

– сбалансированный подход, предусматривающий исключительно «точечную» бюджетную и эмиссионную кредитную поддержку эффективных проектов, реализуемых в валообразующих сферах реального сектора экономики, при условии активного поиска и использования субъектами предпринимательской деятельности иных источников финансирования в целях технического и технологического обновления. Разрабатываемые на уровне отдельных предприятий и местных органов власти программы модернизации, должны обязательно проходить профессиональную экспертизу, затем обобщаться на более высоких уровнях государственного управления в целях недопущения возникновения избыточных либо ненужных издержек, дублирования и конкурентной борьбы однопрофильных производств, но, прежде всего, для формирования крупных региональных кластеров, обеспечивающих связь обновления производства, инфраструктуры, управления и достижение «массовых» эффектов. Важнейшим элементом проводимых экспертиз проектов, критерием потенциала их реализации, во всех случаях должна являться оценка рынка сбыта продукции, возможность влияния на создание системы потребления данной продукции, а в случае приоритета выхода на внешний рынок – интерпретация возможных шоков мировой экономики в части конкретных товарных групп.

Представляется, что основа устойчивого инновационного развития Республики Беларусь состоит в максимальном укреплении собственного научно-технического потенциала, разработке конкурентоспособных интеллектуальных продуктов как с возможностью их использования в сферах производственно-хозяйственной деятельности внутри страны, так и для реализации на внешних рынках. В этом контексте предложены следующие взаимосвязанные направления:

а) государственная поддержка процессов модернизации не должна ограничиваться финансированием инвестиций в основной капитал; долгосрочные эффекты определяет финансовая поддержка инфраструктуры инновационной деятельности, расширение системы грантов на проведение фундаментальных и прикладных научных исследований, выделяемых на конкурсной основе, как на республиканском, так и на региональном уровне, приоритетное финансирование университетской науки и научных организаций;

б) доминирование эндогенных элементов модернизации определяется проведением субъектами предпринимательской деятельности собственных научных исследований и коммерциализацией научно-технических разработок. Стимулирование этих процессов со стороны государства возможно на основе применения финансовых инструментов (например, налоговых льгот для инновационно-активных организаций на основе льготирования затрат на научные исследования). Важным направлением также представляется создание венчурных фондов с участием органов государственного управления в качестве учредителей и экспертов, обеспечивающих за счет средств инвесторов финансирование рискованных проектов, связанных с научным обоснованием, разработкой и производством новой высокотехнологичной продукции;

в) в качестве обязательного условия привлечения средств отечественных и зарубежных инвесторов в ключевые отрасли реального сектора экономики Республики Беларусь целесообразно предусматривать их участие в финансировании профильных поисковых исследовательских работ, направленных на постепенное вытеснение зарубежных технологий более

эффективными отечественными аналогами, на период 5-10 лет, а также финансовую поддержку профильной университетской науки на основе грантов, выделяемых на конкурсной основе. Создание новых предприятий за счет частных инвестиций может предусматривать и некоторое финансовое участие государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Эйзенштадт Ш. Революция и преобразование обществ. Сравнительное изучение цивилизаций. — М., 1999. — С. 261.

Лапшин Д.С.

Студент 2 курса магистратуры

Направление: «Экономика»

Тюменский Государственный Университет (ТюмГУ)

Россия, г. Тюмень

ВЛИЯНИЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА БАНКОВСКИЙ СЕКТОР

Современная экономическая и геополитическая ситуация играет важнейшую роль в жизнедеятельности отдельных сфер общества и определении современных тенденций движения общества в целом. Банковский сектор не является исключением.

Целью данного исследования, является поиск макроэкономических показателей, которые оказывают наибольшее влияние на банковский сектор РФ. Период анализа составил пять лет, с 2013 по 2017 годы, что в данном случае является оптимальным решением, в связи с началом экономического кризиса в 2014 году. Поскольку расчеты вовлекут в себя данные как докризисного периода, так и начало кризиса, а также современную ситуацию, выбранный период анализа будет оптимален и нагляден. Для анализа выбраны следующие показатели, представленные в нижеследующей таблице.

Таблица 1

Макроэкономические показатели РФ в период с 2013 по 2017 года [3;4]

Показатель	На 01.01 2013г.	На 01.01 2014г.	На 01.01 2015г.	На 01.01 2016г.	На 01.01 2017г.
Объем ВВП по ППС, млрд. долл.	3 338	3 492	3 558	3 473	3 745
ВВП на душу населения, долл.	14 069	14 468	12 718	8 447	8 058
Государственная поддержка	20,8	19,82	21,6	18,5	12,3

малого и среднего бизнеса, млрд. руб.					
Ключевая ставка ЦБ РФ, %	5,5*	5,5	17,0	11,0	10,0
Уровень инфляции, %	6,58	6,45	11,36	12,91	5,5
Курс доллара	30,37	32,66	56,24	72,93	60,66
Курс евро	40,23	45,06	68,37	79,64	63,81

*первоначальная ключевая ставка была установлена 13.09.2013г.

Полученные данные целесообразно соотнести с показателем активы-нетто, который характеризует деятельность банка в целом.

Активы нетто (или чистые активы) равны капиталу банка (собственный капитал) плюс обязательства банка (деньги вкладчиков, остатки на счетах клиентов- юридических лиц, межбанковские кредиты и иные привлеченные средства). Активы-нетто характеризуют величину банка и при прочих равных условиях его надежность[2].

Суммарный годовой показатель актива-нетто по банковскому сектору, представлен в нижеследующей таблице.

Таблица 2

Суммарное значение показателя актива-нетто по кредитным организациям с 2013 по 2017 годы [1;5]

Показатель	На 01.01 2013г.	На 01.01 2014г.	На 01.01 2015г.	На 01.01 2016г.	На 01.01 2017г.
Количество кредитных организаций	956	923	834	733	623
Значение показателя активы-нетто, руб.	48 463 219 885	56 250 079 326	75 687 536 869	80 095 584 385	76 710 822 640

Колебание показателя актива-нетто во временном диапазоне представлен в следующем графике.

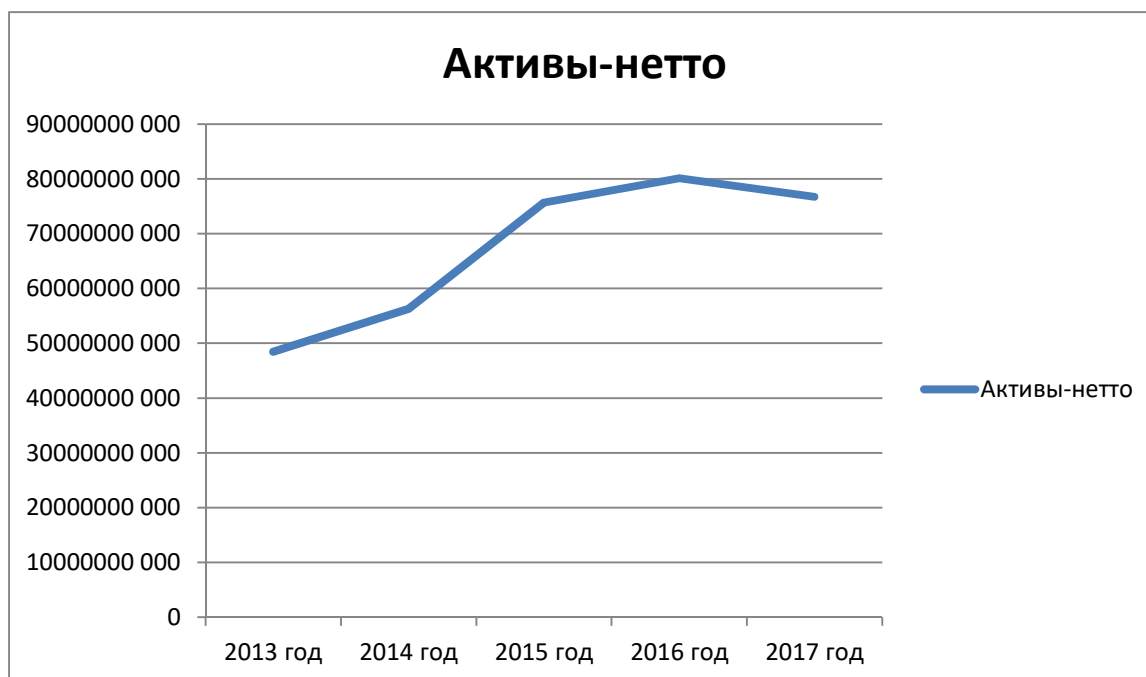


Рисунок 1- Суммарное значение показателя нетто-активов

Как видно из представленного графика, несмотря на экономический кризис, нестабильную геополитическую ситуацию и введение санкций, кредитные организации, несмотря на сокращение общего количества таковых, на протяжении 4 лет демонстрировали рост показателя актива-нетто. Исключение составил 2017 год. Далее, по средствам коэффициента корреляции, проведем исследование, которое должно показать какие экономические факторы стали катализатором динамики показателя актива-нетто. Для удобства, сведем все полученные данные в единую таблицу, причем приведем все показатели в единую валюту исчисления – рубли (данные конвертируемы исходя из курса валюты на 1 января анализируемого года).

Таблица 3

Сводная таблица макроэкономических показателей и показателя нетто-активов кредитных организаций

Показатель	На 01.01 2013г.	На 01.01 2014г.	На 01.01 2015г.	На 01.01 2016г.	На 01.01 2017г.
Объем ВВП по	101 375 060	114 048 720	200 101 920	253 285 890	227 171 700

ППС, руб.	000	000	000	000	000
ВВП на душу населения, руб.	427 275,5	472 524,9	715 260,3	616 039,7	488 798,3
Государственная поддержка малого и среднего бизнеса, руб.	20 800 000 000	19 820 000 000	21 600 000 000	18 500 000 000	12 300 000 000
Ключевая ставка ЦБ РФ, %	5,5	5,5	17,0	11,0	10,0
Уровень инфляции, %	6,58	6,45	11,36	12,91	5,5
Курс доллара, руб.	30,37	32,66	56,24	72,93	60,66
Курс евро, руб.	40,23	45,06	68,37	79,64	63,81
Активы-нетто, руб.	48 463 219 885	56 250 079 326	75 687 536 869	80 095 584 385	76 710 822 640

Исходя из данных таблицы 3, были полученные следующие коэффициенты корреляции, представленные в таблице 4.

Таблица 4

Корреляция основных макроэкономических показателей с показателем
актив-нетто

Сравнимые показатели	Коэффициент корреляции
Объем ВВП по ППС, руб./ Активы-нетто, руб.	0,97711
ВВП на душу населения, руб. / Активы-нетто, руб.	0,71953
Государственная поддержка малого и среднего бизнеса, руб. / Активы-нетто, руб.	-0,43066
Ключевая ставка ЦБ РФ, %/ Активы-нетто, руб.	0,76722
Уровень инфляции, %/ Активы-нетто, руб.	0,58830
Курс доллара, руб. / Активы-нетто, руб.	0,96480
Курс евро, руб. / Активы-нетто, руб.	0,96227

Полученные данные свидетельствуют о большой коррелируемой составляющей показателя активов-нетто с показателями объем ВВП по ППС, а также курсами доллара и евро. Показатели ВВП на душу населения, ключевая ставка ЦБ и уровень инфляции показали средние значения коррелируемости с показателем активы-нетто, тогда как показатель государственная поддержка малого и среднего бизнеса и вовсе, показал обратную взаимосвязь.

Полученные данные можно интерпретировать следующим образом. Рост показателя нетто-аткивов за последние 5 лет не связан с глобальными вливаниями денежных средств и инвестициями в банковский сектор, а также не связан с результатами деятельности ЦБ и Правительства по стабилизации текущей экономической ситуации. Также, нельзя говорить о том, что в рассматриваемом периоде кредитные организации увеличили составляющую показателя актива-нетто за счет вливаний в собственный капитал. Данную тенденцию увеличения показателя активов-нетто стоит связать с ростом валют, в частности курсов доллара и евро, что связано с долговыми обязательствами заемщиков и вкладчиков, которая осуществлялась в валюте. Заемщики, заполучив кредит по старому курсу, вынуждены были выплачивать его по новым условиям, т.е. по возросшему курсу. Похожая ситуация и с валютными вкладчиками. При условии, что вклад был осуществлен в период стабильного рубля, банковские организации получили несомненную выгоду при падении национальной валюты. Один из сценариев развития, таков, что имеющиеся на счетах банков долгосрочные валютные вклады, были конвертируемы в национальную валюту, и пошли на займы под новые процентные ставки в национальной валюте, что сулило банкам огромной прибылью.

Также немаловажно отметить роль собственного капитала банка, выраженного в валюте.

Подводя итоги, можно с уверенностью говорить, что уменьшение кредитных организаций, как и рост собственного капитала «выживших» Банков связан с волей случая, то есть с политическими, экономическими и социальными тенденциями, происходящих в конкретный период времени в обществе. Но при условии штиля на рассматриваемых составляющих, кардинальный рост благосостояния невозможен без внедрения ноу-хау, затрагивающих банковскую сферу в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1) Информационный портал banki.ru [Электронный ресурс].- Режим доступа URL: <http://www.banki.ru> – дата обращения 31.10.2017.
- 2) Консультации в области финансов rosteber.ru ru [Электронный ресурс].- Режим доступа URL: <https://rostsber.ru>- дата обращения 31.10.2017.
- 3) Сайт ЦБ РФ [Электронный ресурс].- Режим доступа URL: <http://www.cbr.ru>- дата обращения 31.10.2017.
- 4) Сайт tradingeconomics.com [Электронный ресурс].- Режим доступа URL: <https://ru.tradingeconomics.com>- дата обращения 31.10.2017.
- 5) Финансовый анализ банков КУАП.RU [Электронный ресурс].- Режим доступа URL: <http://kuar.ru> – дата обращения 31.10.2017.

Руссе III.

Студентка 2 курса магистратуры

Направления «Экономика»

Тюменского Государственного Университета (ТюмГУ)

г. Тюмень, Россия

ЗАЧЕМ ИНВЕСТИРОВАТЬ В РОССИЮ.

Why you should invest in Russia.

Winston Churchill said about Russia that it is a "riddle, wrapped in a mystery inside an enigma". And indeed, Russia remains one of those hard to get, hard to understand countries. Today, it would be fair to say that lots of investors would agree with this viewpoint.

Many investors have been having issues to take some perspective from the Sovietskii Soiuz era. The fault could be on the crony capitalism or on the authoritarian government; however it is more than possible to engender profit in Russia, as it still is an emerging market, and new emerging markets always provide great investment opportunities. But it is not risks-free -both to inhabitants and foreign investors. In order to generate that profit, investors have to understand the opportunities and the risks existing within Russia.

Therefore, in this article, we will analyze the pros and cons of investing in Russia; the opportunities that exist, such as the growing economy and natural resources, and the subsisting risks it would engender or that are already there, such as bureaucracy barriers and lack of transparency.

First of all, it is important to notice that Russia detains one of the largest populations in the world -holding the 9th position with around 145 million people, after Bangladesh and before Japan- and it has been observed that in a whole Russians have been gradually getting wealthier in the past decade and have been spending, step by step, a rising amount of their income on luxury goods, services and holidays. Still, let it be a reminder that the gaps between every class have also been inch by inch

increasing. In 2016, Russia's GDP per capita was of about \$16,000, which puts it in the higher reaches of upper middle-income countries. The country makes noteworthy strides to tap into its natural resource pool and equipment management in the aim of diminishing gaps, and growth per capita is expected to demonstrate enhancement. The GDP growth rate evening out at 7% between the 1998 and 2008 crisis made it not only a large market, but a large market that was constantly increasing. Even though Russia has been the dawdler of the alleged BRICs (Brazil, Russia, India and China), the country has reveled in a fair affluence of foreign investment. As we said, emerging markets offer new investment opportunities.

With its vast economy, Russia has become a nest of market growth opportunities for investors. After the 1998 financial crisis with the Russian government and the Russian Central Bank devaluing the ruble and defaulting on its debt, growth in Russia has been growing progressively, and the country has found itself to be at the same level as other dominant emerging markets such as the known China, Brazil and India. Equity markets have escalated and from 2005 to 2013, the Russian stock exchange has distributed solid double-digit returns to investors and even after the collapse of the ruble crisis starting in 2014, the country's performance is expected to continue showing signs of improvement, even though it has been tremendously slowed down.

It is fair to say, that fertile natural resources characterize Russia's biggest draw for investors. Its total estimated natural resources are worth \$75 trillion. The country has many different natural resources, but its main deposits include coal, oil, natural gas, gold and timber. The country also has the second-largest supply of rare earth metals in the world. Those playing the dominant part in the Russian economy, in terms of production for internal purposes and exports, are none other than oil and gas. In 2017 the country occupies the 8th position with almost 80 billion barrels of proven oil reserves and tops the world's rankings for natural gas. Moreover, Russia also detains exposure to the energy industry over a fair amount of key joint ventures throughout Africa and nations producing energy. What's more, the mining and production of precious and non-precious metals is a massive industry in the country,

and with a lot at stake, making oil and gas not the only natural resources that are abundant in Russia. However, as energy and minerals are a real blessing, the country maintains a heavy dependence on its resources, which can display to an undeniable risk. When investing in Russia, it is absolutely imperative to keep an eye on the direction of commodity prices.

Regarding the risks, Russian politics may represent the biggest investment one. Russia has at times made it tricky for foreign investors to operate in an environment free from bureaucratic constraint. Various barriers on international corporations such as the French Carrefour and The De Beers Group of Companies, an international corporation that specializes in diamond exploration, mining, retail, trading and industrial manufacturing sectors. Those barriers have forced them to pull out from Russia. As a for instance, take Yukos, OJSC Oil Company, which is disputably one of Russia's major and most flourishing oil companies. Its CEO Mikhail Khodorkovsky, in 2003, ran afoul of president Vladimir Putin and courts sentenced him on spurious charges that concluded in an eight-year jail judgment. Yukos was forced into bankruptcy, and its pieces were sold off at a discount to Putin's allies for fractions of the actual market value. Yukos shareholders lost their shirts in the affair.

Yet, corruption and feeble corporate transparency is another major constant risk for investors. Several analysts confessed that this represents a tangible problem, and mainly amongst some of the smaller companies, whose accounts are not particularly transparent. Even renowned, eminent and respected companies like Ikea, which massively put the spotlight on practicing ethical businesses activities, stated a moratorium on subsequent Russian investments due to the ongoing concerns of corruption. Based on the Corruption Perception Index, Russia has a lot of stumbling blocks to fair and efficient business practices.

As an endnote, we could say that it is well known that the high returns come from high risk investments and emerging markets, such as the BRICS, which are the expected areas to find profit that smash those of the developed countries. Investors hunt for investment opportunities around the world, and need to dispose of facts and

great awareness of the national risk that can be a threat to their investment. Russia grants high returns, even if it is monopolized by energy companies, and the state of regulations is still under development. Those make the political risks greater in that country than in others. We can assert that the outstanding feature of investing in Russia is that the risks and rewards are both equally elevated.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Thompson, Jr., Barton H., *Tragically Difficult: The Obstacles to Governing the Commons*, Environmental Law, 2000
2. Copeland, Brian R., M. Scott Taylor, *Trade, Tragedy, and the Commons*, American Economic Review, 20/06/2009
3. Anthony Craig, *10 Countries With The Most Natural Resources*, 12/09/2016
4. Russia GDP per Capita, 1992-2016 CEIC Generated, [электронный ресурс]
URL - <https://www.ceicdata.com/en/indicator/russia/gdp-per-capita>
5. AsliDemirgüç-Kunt, *How do firms finance Investment?*, The.World.Bank, 04/06/2010 [электронный ресурс] URL - <http://blogs.worldbank.org/allaboutfinance/how-do-firms-finance-investment>
6. Upper middle income, The.World.Bank, [электронный ресурс] URL - <https://data.worldbank.org/income-level/upper-middle-income>
7. International Energy Statistics, *U.S. Energy Information Administration*, accessed 03/09/2016
8. Fuel Focus, *Oil Resources*, Natural Resources Canada, 16/02/2016, [электронный ресурс] URL - <http://www.nrcan.gc.ca/energy/fuel-prices/gasoline-reports/18160>
9. US Central Intelligence Agency, *World Factbook-Russia*, 2015 [электронный ресурс] URL - <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2244rank.html>
10. *Каждый третий чиновник в России берёт взятки, заявили в НАК*, life.ru, 09/12/2014 [электронный ресурс] URL -

https://life.ru/t/%D0%B7%D0%B2%D1%83%D0%BA/806354?utm_source=rusnovosti&utm_campaign=redirect

11. Alexandra Kalinina, *Corruption in Russia as a Business*, Institute of Modern Russia, 29/01/2013 [электронный ресурс] URL - <https://imrussia.org/en/society/376-corruption-in-russia-as-a-business>
12. Максим Легуенко, Екатерина Трофимова, *Взятки в России: кто, где, сколько и можно ли с этим бороться?*, Деловой журнал, РБК daily - Magazine.rbc.ru, 2014-07-14

Сычева А.В.

магистрант кафедры финансов и кредита экономического факультета
Российского государственного социального университета

г. Москва, Россия

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ IPO В РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В настоящее время в России рынок IPO принимает все большее и большее развитие. Когда другие средства привлечения капитала невыгодны или уже используются предприятиями для улучшения своего финансового состояния, компании все чаще обращаются к проведению IPO.

IPO (InitialPublicOffering) - это первая публичная продажа акций акционерного общества, в том числе в форме продажи депозитарных расписок на акции, неограниченному кругу лиц. Проведение IPO неразрывно связано с выходом компании на фондовый рынок, что способствует привлечению капитала для дальнейшего эффективного развития компании.

Нельзя сказать, что проведение IPO является быстрым и дешевым средством привлечения капитала, однако ряд преимуществ данного процесса позволяет все чаще прибегать компаниям к IPO. К таким преимуществам относятся независимость компании от конкретного финансового института и отсутствие будущей крупной выплаты по высокой процентной ставке (как при банковском кредитовании), крупное разовое поступление капитала, неограниченный срок привлечения капитала. При помощи IPO улучшается имидж компании, растет прозрачность бизнеса, что привлекает к сотрудничеству новых партнеров, повышается финансовая устойчивость компании в целом.

Проведение IPO неразрывно связано с процедурой листинга на фондовой бирже. Листинг - это совокупность процедур по включению ценной бумаги в один из котировальных списков фондовой биржи и осуществлению контроля за

соответствием ценных бумаг и самого эмитента условиям и требованиям, установленным фондовой биржей. Рассмотрим некоторые требования для проведения IPO, установленные Московской биржей, являющейся крупнейшей биржей в России по объему торгов и количеству клиентов.

После проведения процедуры листинга на Московской бирже выпускаемые ценные бумаги включаются в Список ценных бумаг. Данный Список имеет три уровня, первые два из которых являются котировальными, а третий – некотировальная часть Списка. Для прохождения процедуры листинга компаниям необходимо выполнять некоторые требования, установленные Правилами ПАО Московская биржа. В данных требованиях учитывается, например, количество акций эмитента в свободном обращении и их общая рыночная стоимость, срок существования эмитента, составление и раскрытие отчетности по МСФО или иным международно признанным стандартам. К первому уровню Списка ценных бумаг Московской биржи относятся акции наиболее перспективных и устойчивых компаний (на данный момент к таким относятся ПАО Сбербанк, ПАО Газпром и т.д.). Для включения акций в третий некотировальный уровень требований предъявляется меньше, данный уровень соответствует менее ликвидным ценным бумагам, однако прохождение процедуры листинга уже свидетельствует об определенном уровне ценных бумаг.

Проведение IPO имеет и свою правовую сторону. В настоящее время данный процесс регламентируется следующими правовыми актами:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.
2. Инструкция Центрального банка России «О правилах выпуска и регистрации ценных бумаг кредитными организациями на территории Российской Федерации» от 10.03.2006г. №128-И.
3. Приказ Федеральной службы по финансовым рынкам «О разграничении полномочий по государственной регистрации выпусков дополнительных выпусков) эмиссионных ценных бумаг между федеральной

службой по финансовым рынкам и ее территориальными органами» от 18.09.2008 г. №08-35/пз-н.

4. Федеральный закон «О валютном регулировании и валютном контроле» от 10.12.2003 г. №173-ФЗ.

5. Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 г. №39-ФЗ.

6. Федеральный закон «Об акционерных обществах» от 26.12.1995 г. №208-ФЗ.

Как видим, перечень регулирующих документов по проведению IPO не мал. Это свидетельствует о развитости правовой стороны данного процесса и стремлении государства наиболее четко организовать его. Однако, ознакомившись с вышеперечисленными нормативными актами, возникает вопрос о недостаточности точной регламентации проведения IPO.

Для большего развития IPO в России следует законодательно упростить проведение первичного размещения акций в России, сократить сроки проведения каждого этапа IPO, уменьшить «бумажную» нагрузку при оформлении документации и отчетности. Помимо этого, наблюдаются противоречия в формулировании правовых актов. Так, например, статья 24 Федерального закона «О рынке ценных бумаг» запрещает предоставлять преимущество одним инвесторам перед другими при размещении акций, что противоречит пункту 6.2.1 Стандартов эмиссии, который разрешает эмитенту удовлетворять заявки по своему усмотрению. Нужно согласиться: формулировка данного пункта не однозначна.

Нельзя не сказать о неразвитости фондового рынка России в целом. Возможно, это и является результатом вышеперечисленных проблем. За последнее время объем ценных бумаг, находящихся в свободном обращении (показатель free-float) у крупнейших корпораций, не превышает 30%, что, действительно, не велико по сравнению с тем же показателем на Западе, где он составляет порядка 80%.

И все же, несмотря на вышеперечисленные проблемы, трудности, непростые требования, на IPO стали выходить новые сектора экономики. До недавних пор, публичным размещением акций в основном занимался производственный сектор, крупные ритейлеры (ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл», ПАО «Магнит», ПАО «Лента» и т.д.) Из финансового сектора участниками публичных размещений так же являлись банки, например ПАО «Сбербанк», ПАО ВТБ и т.д. В 2016 году впервые проведением IPO занялся пенсионный бизнес. ПАО «ФГ «Будущее», впервые разместившее на бирже свои акции, в результате получили 11,7 млрд рублей, которые будут направлены на сокращение долга перед уже существующими акционерами и на совершенствование бизнеса в условиях растущей конкуренции. Таким образом, все сложности и страхи «первооткрывателя» принесли положительные результаты.

Подводя итог, хотелось бы заметить, что все новые и новые компании заинтересованы в привлечении средств с помощью проведения IPO. При своевременной корректировке законодательства и разумного упрощения процесса популярность IPO будет только возрастать. Акционерные общества разных секторов должны чувствовать поддержку государства и заинтересованность инвесторов. И вот тогда, несмотря на все трудности, игра точно будет «стоять свеч».

Сычева А.В.

магистрант кафедры финансов и кредита экономического факультета
Российского государственного социального университета
г. Москва, Россия

ОЦЕНКА ОБЪЕКТОВ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА КАК СПОСОБ ВЫЯВЛЕНИЯ ПОТРЕБНОСТИ В ПРОВЕДЕНИИ IPO

Все большую популярность в современной экономике приобретает такое явление, как выход коммерческих предприятий на финансовый рынок. Все чаще крупные организации, нуждающиеся в увеличении собственного капитала и стабилизации своего финансового состояния, принимают решение о проведении публичного размещения акций - Initial Public Offering (IPO). Данная процедура является весьма затратной и трудоемкой, необходимость ее проведения должна быть обоснована. Одной из сторон обоснования проведения IPO является анализ финансового состояния предприятия. О способах проведения такого анализа и пойдет речь в статье.

В настоящее время для оценки экономического положения любого предприятия в обществе необходимо владеть разнообразной информацией, касающейся функционирования экономического субъекта в современных условиях. Неотъемлемой частью такой информации является информация о финансовом состоянии предприятия, характеризующемся наличием финансовых ресурсов, обеспечением денежными средствами, необходимыми для хозяйственной деятельности, поддержания нормального режима работы, осуществления денежных расчетов с другими субъектами.

Одним из способов получения информации о финансовом состоянии является проведение финансового анализа предприятия. В статье рассмотрим анализ таких объектов, как платежеспособность, кредитоспособность и вероятность банкротства.

Платежеспособность – это способность предприятия рассчитываться по платежам для обеспечения процесса непрерывного производства за счет нормальных источников формирования, т.е. способность предприятия своевременно расплачиваться за свои основные и оборотные производственные фонды. К основным и оборотным производственным фондам относят внеоборотные активы, а так же запасы и НДС ($A1 + З + НДС$).

Итак, степень платежеспособности, являющаяся результирующим показателем, определяется исходя из типа финансовой устойчивости. Существует 4 типа финансовой устойчивости:

1) Абсолютная финансовая устойчивость. Данному типу финансовой устойчивости соответствует полное покрытие основных и оборотных производственных фондов собственными средствами ($ПЗ$): $A1 + З + НДС \leq ПЗ$.

2) Нормальная финансовая устойчивость. Основные и оборотные производственные фонды обеспечиваются перманентным капиталом ($ПЗ + П4$): $ПЗ < A1 + З + НДС \leq ПЗ + П4$.

3) Неустойчивое финансовое состояние. Соответствует ситуации, когда основные и оборотные производственные фонды покрываются всеми нормальными источниками формирования ($ПЗ + П4 + ЗиК$): $ПЗ + П4 < A1 + З + НДС \leq ПЗ + П4 + ЗиК$.

4) Кризисное финансовое состояние. Основные и оборотные производственные фонды не обеспечиваются нормальными источниками формирования: $A1 + З + НДС \geq ПЗ + П4 + ЗиК$.

Соответствие типа финансовой устойчивости степени платежеспособности представлено в таблице:

Соответствие типа финансовой устойчивости степени платежеспособности

Тип финансовой устойчивости	Степень платежеспособности
-----------------------------	----------------------------

Абсолютный	Абсолютная
Нормальный	Нормальный
Неустойчивый	Низкая
Кризисный	Неплатежеспособность

Итак, факторные показатели, оказывающие прямое влияние, - ПЗ, П4, ЗиК; обратное влияние оказывают А1, З и НДС.

Следующим рассматриваемым мной объектом является кредитоспособность – способность предприятия погасить все свои обязательства в установленные сроки. Кредитоспособность оценивается ликвидностью баланса, т.е. определяется покрытием обязательств предприятия его активами, рок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств. Для оценки кредитоспособности все активы и пассивы делят на группы.

Группы активов по степени ликвидности, т.е. способности превращаться в деньги:

1) Наиболее ликвидные активы (НЛА):

НЛА = ден. средства (ДС) + краткосрочные финансовые вложения (КФВ)

2) Быстро реализуемые активы (БРА):

БРА = дебиторская задолженность менее года ($ДЗ < 1$)
+ прочие оборотные активы (ПОА)

3) Медленно реализуемые активы (МРА):

МРА = дебиторская задолженность более года ($ДЗ > 1$) + З – РБП + НДС
+ ДВ + долгосрочные финансовые вложения (ДФВ)

4) Трудно реализуемые активы (ТРА): $ТРА = А1 - ДВ - ДФВ$

Группы пассивов по сроку наступления обязательств:

1) Наиболее срочные обязательства (НСО):

$$\text{НСО} = \text{краткосрочные обязательства (П5)} - \text{заемные средства (ЗС)}$$

2) Краткосрочные пассивы (КСП): $\text{КСП} - \text{ЗС (из П5)}$

3) Долгосрочные пассивы (ДСП = П4)

4) Постоянные пассивы (ПСП): $\text{ПСП} = \text{ПЗ} - \text{РБП}$

Условия абсолютной ликвидности баланса включают в себя: $\text{НЛА} \geq \text{НСО}$, $\text{БРА} \geq \text{КСП}$, $\text{МРА} \geq \text{ДСП}$, $\text{ТРА} \leq \text{ПСП}$. Первые два неравенства характеризуют текущую ликвидность предприятия, последние два – перспективную.

Для оценки комплексной ликвидности и кредитоспособности рассчитывается коэффициент общей ликвидности, в котором группы активов приводятся к настоящему моменту времени методом дисконтирования.

$$K_{\text{ОЛ}} = \frac{\text{НЛА} + 0,5\text{БРА} + 0,3\text{МРА}}{\text{НСО} + 0,5\text{КСП} + 0,3\text{ДСП}}$$

Соответствие степени кредитоспособности коэффициенту общей ликвидности приведено в таблице:

Соответствие степени кредитоспособности коэффициенту ликвидности

Степень кредитоспособности	Значение $K_{\text{ОЛ}}$
Абсолютная	≥ 1
Достаточная	0,75 - 1
Низкая	0,5 – 0,75
Некредитоспособность	$< 0,5$

Третий объект – вероятность банкротства. Она оценивается достаточностью денежных, приравненных к денежным и материальных оборотных средств для погашения краткосрочных обязательств с целью поддержания финансовой независимости предприятия: $\text{ДС} + \text{КФВ} + \text{З} + \text{НДС} \geq$

П5. Соответствие результирующего показателя – степени вероятности банкротства – проценту обеспеченности краткосрочных обязательств имеющимися оборотными активами отобразено в таблице:

Соответствие степени вероятности банкротства проценту обеспеченности краткосрочных обязательств имеющимися оборотными активами

Степень вероятности банкротства	Процент обеспеченности П5
Низкая	≥ 100
Средняя	75 – 100
Высокая	< 75

Прямое влияние оказывают следующие факторные показатели: ДС, КФВ, З и НДС, продаваемая часть З и НДС. Обратно зависимый показатель – П5.

При средней и высокой степени вероятности банкротства дополнительно оценивается соотношение дебиторской и кредиторской задолженности: $KЗ \leq ДЗ$ менее года.

Таким образом, оценка объектов финансового анализа в совокупности позволяет в полной мере охарактеризовать финансовое состояние предприятия, выявить способы оптимизации финансовых показателей хозяйственной деятельности предприятия и принять решение о необходимых мероприятиях по улучшению финансового состояния компании, к которым и относится проведение IPO. Однако нельзя забывать о других факторах, влияющих на успешность проведения публичного размещения акций. Только совокупный анализ всех сторон деятельности предприятия и его целей позволит принять правильное решение о целесообразности проведения такого непростого процесса, как IPO.

Хакимова И.Ф.

магистрант

Тюменский государственный университет

г. Тюмень, Российская Федерация

СИСТЕМА ОТЧЕТНОСТИ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ УСПЕШНОГО ВНЕДРЕНИЯ КРІ

Ключевые слова: ключевые показатели эффективности, стратегическое управление, структура отчетности, управление персоналом, бизнес-процессы.

Организации, достигающие динамичного развития, рано или поздно сталкиваются с «болезнями роста»: неконтролируемым усложнением бизнес-процессов и падением производительности на фоне повышения уровня конкуренции. Менеджеры различных уровней озадачиваются проблемой исследования конкурентного окружения и конкурентоспособности организации. Из бюджетов организаций ежегодно выделяются значительные средства на заказ и проведение мониторинга рынка, покупку статистической информации и коммерческую разведку.

На современном этапе развития организации при анализе бизнес-процессов измеряют ряд различных базовых показателей: EVA, ROI, NOP/OP, акционерную стоимость и т.п. Углубляясь в анализ данных показателей, на заднем плане нередко остаются не менее важные проблемы, разрешение которых требует значительно меньших усилий и затрат. Не каждая организация понимает, что степень удовлетворенности и лояльности клиентов, отношения с обществом, деловой средой, партнерами, соответствие продуктов и услуг ожиданиям потребителей и многое другое необходимо измерять и анализировать. Решением в данной ситуации является создание единой системы работы организации, основанной на системе ключевых показателей эффективности (KPI - Key Performance Indicator).

Как правило, большая часть организаций обходится наличием пяти основных ключевых показателей эффективности, отчет по которым нужно составлять раз в неделю. Помимо КРІ в отчетах нужно отражать показатели, характеризующие результаты процесса выполнения проекта. Просроченные проекты и проекты, идущие с опозданием необходимо отражать в отчетах и предоставлять их старшему менеджеру еженедельно. Всю структуру отчетности можно объединить в 5 основных блоков (рисунок 1):

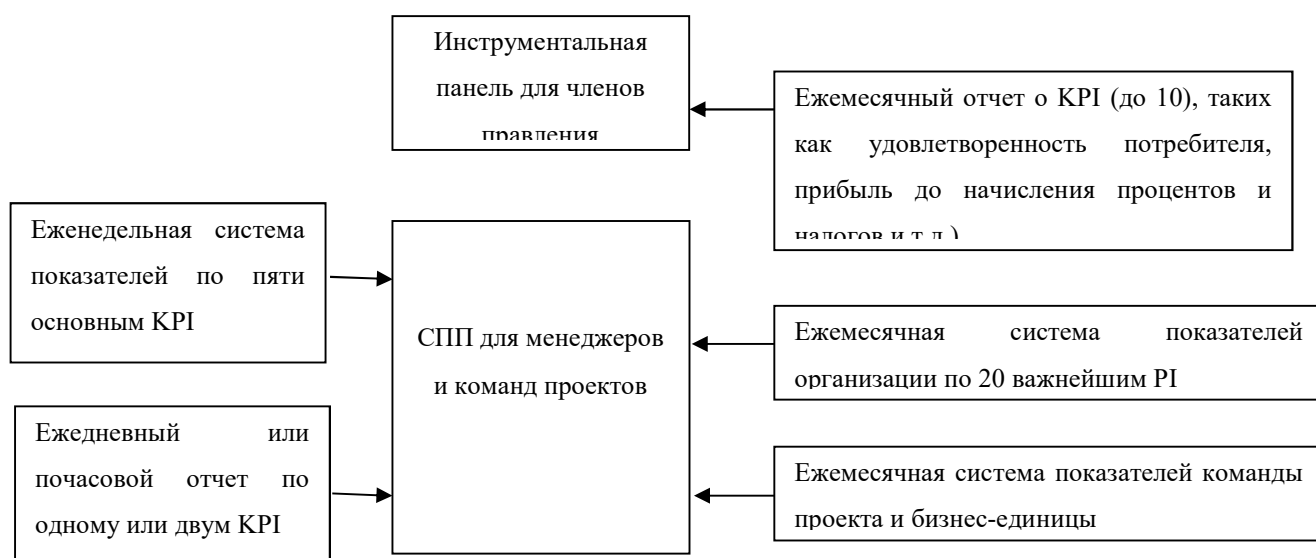


Рисунок 1 – Структура отчетности по производственным показателям

При создании структуры отчетности следует учитывать требования разных организационных уровней и обеспечивать такую периодичность составления отчетов, при которой возможно своевременное принятие решений. Руководство организации должно своевременно получать отчеты о показателях производственной деятельности. Необходимо, чтобы сведения о ключевых показателях эффективности поступали круглосуточно без выходных, ежедневно или в самом крайнем случае еженедельно. Отчеты о других параметрах производственной деятельности можно составлять с меньшей частотой и включать в себя ССП команд и бизнес-единиц.

Информация об основных КРІ докладывается круглосуточно или ежедневно. Данный отчет должен отображать саму проблему, ее историю и

конкретные сведения для того, чтобы связаться с менеджером и тот не мог скрыть свою плохую работу.

Другая выгода от ежедневного/еженедельного отчета о ключевых направлениях деятельности старшему менеджеру заключается в том, что конец месяца становится менее значим. В организации, где принято каждый день заслушивать отчет на «планерке», менеджеры могут наглядно представлять себе, хорошо или плохо идут дела в текущем периоде, не дожидаясь конца месяца. Некоторые КРІ следует анализировать не чаще одного раза в неделю. Существует большое количество способов отражения показателей производственной деятельности, как входящих, так и не входящих в сбалансированную систему показателей. Показатели можно представлять в виде иконок – символов, измерительных приборов, светофоров и т.п. Пример составления графического отчета о показателе производственной деятельности представлен на рисунке 2.

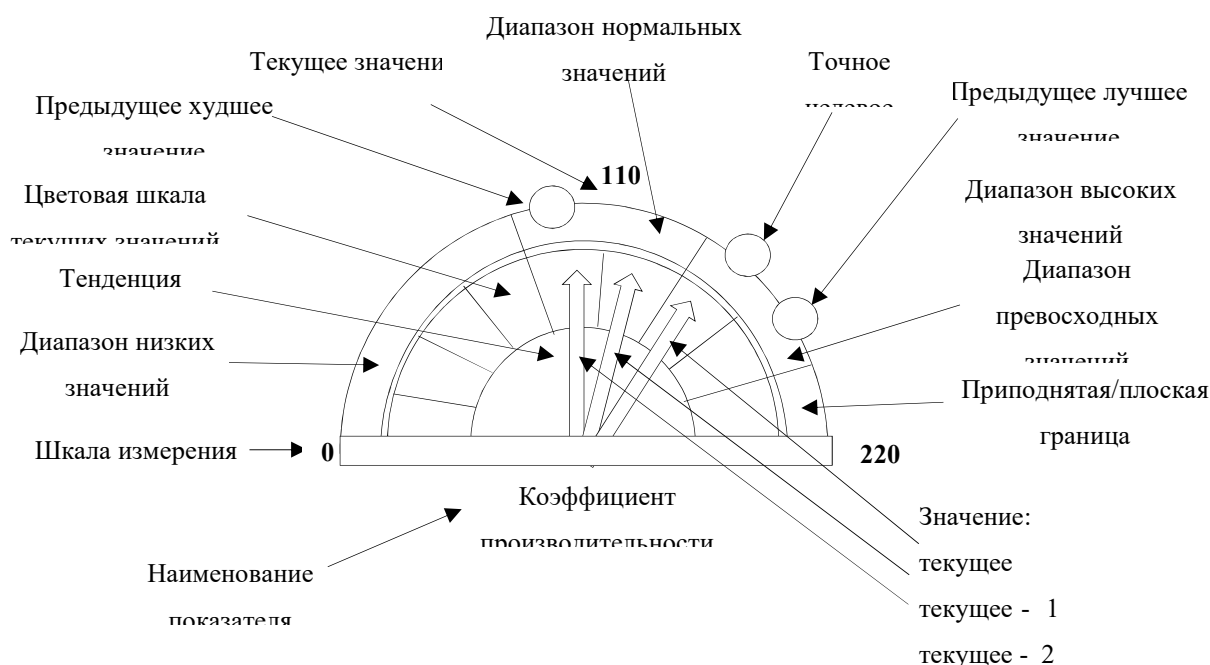


Рисунок 2 - Пример составления графического отчета о показателях производительности

Ключевые показатели эффективности должны измеряться каждый час, ежедневно, а в некоторых случаях и раз в неделю. Месячные, квартальные или годовые параметры не входят в число КРІ — они не являются ключевыми для организации, поскольку они измеряются уже после того, как «поезд ушел». В отличие от показателей прошлых периодов, КРІ, таким образом, являются текущими показателями или показателями будущих периодов (например, число встреч с ключевым клиентом, запланированных на следующий месяц, или список ключевых клиентов с указанием даты следующей встречи). Большая часть параметров деятельности организации — это показатели прошлых периодов, регистрирующие события прошедшего месяца или квартала. Такие критерии никогда не были и не могут быть КРІ. Таким образом, при правильно выстроенной и графически наглядной системе отчетности, применение КРІ значительно облегчит работу, сделает процесс внедрения ключевых показателей более легким, сжатым и менее затратным.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бородкин К. В. «Комплексные методы финансовой диагностики». - Воронеж: Воронежский Государственный Университет, 2002. - 183 с.
2. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. - 2-е изд., перераб. И доп. - М.: Гардарики, 2000. - 296 с.
3. Вихров А.А., Лекомцев П.А. Интеграция систем КРІ/BSC и бюджетирования в единый инструмент управления //Управления компанией. 2005 . - №10(53). – С. 15.
4. Ключков А.К. КРІ и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов. М, 2010.
5. Филимогова А.В., Лекомцев П.А. Управление по КРІ в многоуровневых компаниях // Журнал «Менеджмент сегодня», № 2, 2005.

Хмара Е.Г.

Старший преподаватель кафедры Экономики и финансов
Таганрогского института управления и экономики
г. Таганрог, Россия

ОБЛОЖЕНИЕ НАЛОГОМ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ ПОДАРКОВ РАБОТНИКАМ

Современная наука предполагает различные способы мотивации сотрудников. Она может быть, как материальная, так и моральная. Компания для мотивации сотрудников может предложить не только премию, но и подарки. Поводом могут послужить как общероссийские праздники такие как Новый год, 23 февраля, 8 марта, так и индивидуальные внутрикорпоративные причины: юбилей компании, подарки ко дню рождения работника, за выполнение намеченных показателей. Подарки для компании могут быть более экономным способом поощрения сотрудников, так как компания может показать сотрудникам свое уважение, отметить результаты каждого работающего, а с другой стороны можно приобрести подарки по более выгодным по сравнению с розничными ценами (за объем или за предоплату), что повысит ценность подарка в глазах получателя. Также незначительный бюджет поощрений при распределении между получателями может скорее вызвать недоумение, чем радость. Таким образом становится понятно, что организации или индивидуальные предприниматели в целях мотивации персонала наряду с премиями могут дарить подарки.

Согласно подпункту 1 пункта 1 статьи 146 Налогового кодекса Российской Федерации объектом налогообложения налогом на добавленную стоимость признаются операции по реализации товаров (работ, услуг) на территории Российской Федерации. При этом в целях налогообложения налогом на добавленную стоимость передача права собственности на товары, результатов выполненных работ, оказание услуг на безвозмездной основе

признается реализацией товаров (работ, услуг). Таким образом, товары, безвозмездно переданные работникам в качестве подарков, являются объектом налогообложения налогом на добавленную стоимость. Согласно пункту 2 статьи 171 и пункту 1 статьи 172 Налогового кодекса суммы налога на добавленную стоимость, предъявленные налогоплательщикам при приобретении товаров на территории Российской Федерации, в случае их использования для осуществления операций, облагаемых налогом на добавленную стоимость, подлежат вычетам после принятия этих товаров на учет на основании счетов-фактур, выставленных продавцами товаров, и при наличии соответствующих первичных документов [1].

Рассмотрим на примере указанную ситуацию. ООО «СтройИнвест» к 20-летию компании решило подарить подарки сотрудникам: электронные книги с логотипом компании. В результате исследования предложений решено было приобрести у поставщика ООО «Эллада» электронные книги Smarterra Chapter 6" розничная цена продаж 3 399 рублей. В ходе переговоров в связи с большим объемом закупи цена была снижена на 26,45% и составила 2 500 рублей в том числе НДС – 18%. Количество книг составило 500 штук. Стоимость заказа 1 250 000 руб. За нанесение логотипа компании на заднюю панель электронной книги типография Индивидуального предпринимателя Разумовцев М.Л. запросила 59 000 рублей в том числе НДС – 18%. Книги были получены 20.09.2017, оплачены 25.09.2017, переданы для нанесения логотипа в типографию 22.09.2017, возвращены с нанесенным логотипом 27.09.2017. Оплата услуг типографии произведена в тот же день. Вручение подарков работникам состоялось в день юбилея компании 30.09.2017 года.

Представим бухгалтерские проводки по отражению указанных хозяйственных операций.

20.09.2017 Дебет 10 «Материалы» Кредит 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» - 1 059 322,03 руб. – оприходованы электронные книги на склад (без НДС).

Дебет 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям» Кредит 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» - 190 677,97 руб. – отражен налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям.

Дебет 68 «Расчеты по налогам и сборам» субсчет «Налог на добавленную стоимость» Кредит Дебет 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям» - 190 677,97 руб. – принят к зачету налог на добавленную стоимость.

22.09.2017 Дебет 10 «Материалы» субсчет «Материалы, переданные в переработку на сторону» Кредит 10 «Материалы» - 1 059 322,03 руб. – переданы электронные книги в типографию для нанесения логотипа.

25.09.2017 Дебет 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» Кредит 51 «Расчетные счета» - 1 250 000 руб. – оплачены электронные книги.

27.09.2017 Дебет 10 «Материалы» Кредит 10 «Материалы» субсчет «Материалы, переданные в переработку на сторону» - 1 059 322,03 руб. – получены электронные книги с логотипом из типографии.

Дебет 10 «Материалы» Кредит 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» - 50 000 руб. – расходы на нанесение логотипа включены в стоимость электронных книг.

Дебет 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям» Кредит 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» - 9 000 руб. – отражен налог на добавленную стоимость по услугам.

Дебет 68 «Расчеты по налогам и сборам» субсчет «Налог на добавленную стоимость» Кредит Дебет 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям» - 9 000 руб. – принят к зачету налог на добавленную стоимость.

Дебет 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» Кредит 51 «Расчетные счета» - 59 000 руб. – оплачены услуги по нанесению логотипа.

30.09.2017 Дебет 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям» субсчет «Расчеты по прочим операциям» Кредит 10 «Материалы» - 1 109 322,03 руб. - переданы подарки сотрудникам.

Дебет 91 «Прочие доходы и расходы» субсчет «Прочие расходы»
Кредит 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям» субсчет «Расчеты по прочим операциям» - 1 109 322,03 руб. - стоимость подарков списана на прочие расходы.

Дебет 91 «Прочие доходы и расходы» субсчет «Прочие расходы»
Кредит 68 «Расчеты по налогам и сборам» субсчет «Налог на добавленную стоимость» - 199 677,97 руб. – начислен налог на добавленную стоимость по выданным работникам подаркам.

Таким образом, подарки работникам являются объектом обложения налогом на добавленную стоимость, однако организация может принять к вычету налог на добавленную стоимость, полученный организацией при приобретении подарков. В общей сложности в рассмотренной ситуации предприятие не понесет дополнительной налоговой нагрузки. Если же подарки будут приобретаться в организациях, применяющих специальные налоговые режимы, то организации-дарителю необходимо будет кроме расходов на подарки понести расходы по уплате налога на добавленную стоимость.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Письмо Минфина от 18.08.2017 № 03-07-11/53088.

Хмара Е.Г.

Старший преподаватель кафедры Экономики и финансов
Таганрогского института управления и экономики
г. Таганрог, Россия

ОНЛАЙН-КАССЫ КАК ЭЛЕМЕНТ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В современном мире все большую актуальность приобретает переход к цифровой экономике. Благодаря использованию электронных технологий ускоряются экономические процессы, соответственно государство более быстрыми темпами может наращивать ВВП.

Существует по крайней мере три варианта цифровизации в России: без адресного стимулирования цифровой составляющей, умеренный рост доли цифровой экономики и целостный подход как на уровне государства, так и на уровне отдельных отраслей и компаний [1]. Именно третий вариант является предпочтительным для любого государства.

Цифровая экономика представлена 3 следующими уровнями, которые в своем тесном взаимодействии влияют на жизнь граждан и общества в целом:

- рынки и отрасли экономики (сферы деятельности), где осуществляется взаимодействие конкретных субъектов (поставщиков и потребителей товаров, работ и услуг);
- платформы и технологии, где формируются компетенции для развития рынков и отраслей экономики (сфер деятельности);
- среда, которая создает условия для развития платформ и технологий и эффективного взаимодействия субъектов рынков и отраслей экономики (сфер деятельности) и охватывает нормативное регулирование, информационную инфраструктуру, кадры и информационную безопасность [2].

Особенностями внедрения цифровой экономики [3]:

1. Повышение эффективности экономических процессов за счет ускорения хозяйственного оборота.

2. Конкурентные преимущества конкретных предприятий и государства в целом.

3. Изменение структуры занятости населения.

4. Перераспределение экономического влияния стран на мировых рынках.

5. Синергетический эффект.

6. Развитие цифровых платежных систем и электронных денежных средств.

В соответствии с действующим законодательством организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие наличные денежные расчеты, обязаны использовать контрольно-кассовую технику, причем с 2017 года данная техника должна соответствовать требованиям [4]:

- передачи фискальных документов (кассовых чеков и бланков строгой отчетности) в налоговую инспекцию через оператора фискальных данных;

- передачи клиенту чека или бланков строгой отчетности в электронной форме.

С помощью внедрения данного элемента цифровой экономики государство решает проблему оперативного получения информации о доходах налогоплательщика и/или соблюдении его права на использование специальных налоговых режимов, часть из которых имеет ограничение по предельному уровню годового дохода.

Покупатель продукции имеет право получить чек контрольно-кассовой техники как в бумажном, так и в электронном варианте. Выдаваемый чек должен иметь QR-код, по которому покупатель может перейти на сайт налоговой инспекции и сверить данные, указанные в чеке и переданные в налоговую инспекцию. В электронном виде чеки хранить удобно, они не теряются, что позволяет вести более подробный учет личных финансов покупателя. Покупатель, расплатившийся за покупку банковской картой также имеет право на получение электронного или бумажного чека. Электронный чек высылается клиенту на указанный им при покупке электронный адрес. В связи с этим предприятия, осуществляющие торговлю через интернет-магазины,

сталкиваются с проблемой отсутствия информации об электронном адресе покупателя, на который следует отправить электронный чек. Поэтому приходится в бланках заказов дополнительно запрашивать данную информацию.

Другим фактором, замедляющим внедрение онлайн-касс в практику малых хозяйствующих субъектов, является дороговизна их приобретения и использования.

Рассмотрим средний уровень затрат на приобретение и использование кассы в 2017 году. Для расчета возьмем коммерческое предложение ООО «ТЕНЗОР» (Сбис) от 04.10.2017:

Стоимость нового кассового аппарата – 17 000 – 35 000 рублей.

Стоимость подключение к оператору фискальных данных – 3 000 рублей в год.

Стоимость фискального накопителя (заменяется ежегодно, начиная со второго года эксплуатации) – от 8 000 рублей.

Итого первоначальная стоимость от 20 000 рублей и далее ежегодные затраты от 10 000 рублей.

К данным затратам необходимо прибавить расходы на подключение к интернету, если на торговой точке его не было ранее, на приобретение компьютера, к которому подключается онлайн-касса.

Для микропредприятий и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих розничную торговлю, эти затраты могут быть слишком высокими. В настоящее время не все индивидуальные предприятия обязаны применять кассовую технику, однако эта возможность сохраняется только до 01.07.2018 г. Подготовлен законопроект, позволяющий некоторым категориям налогоплательщиков получить налоговый вычет на приобретение и установку кассовой техники нового образца, однако он до сих пор не принят.

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что Российская Федерация активно внедряет в практику различные элементы цифровой экономики. Для ускорения информационных потоков о поступлении денежных

средств в кассу предприятий и предпринимателей реализован проект онлайн-касс. Несмотря на то, что проект работает уже второй год, существует немало проблем с его функционированием, которые необходимо решить в ближайшей перспективе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Авдеева И.Л. Анализ перспектив развития цифровой экономики в России и за рубежом // В книге: Цифровая экономика и «Индустрия 4.0»: проблемы и перспективы труды научно-практической конференции с международным участием. 2017. С. 19-25.
2. Распоряжение правительства РФ № 1632-р от 28.07.2017 об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс] <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf>
3. Бабкин Александр Васильевич, Буркальцева Диана Дмитриевна, Костень Дмитрий Геннадьевич, Воробьев Юрий Николаевич Формирование цифровой экономики в России: сущность, особенности, техническая нормализация, проблемы развития // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2017. №3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-tsifrovoy-ekonomiki-v-rossii-suschnost-osobennosti-tehnicheskaya-normalizatsiya-problemy-razvitiya> (дата обращения: 18.10.2017).
4. Федеральный закон от 22.05.2003 N 54-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа».

Раздел V. Рынок труда

Каравай И. Г.

доцент кафедры «Таможенное дело и право» Омского государственного
университета путей сообщения
г. Омск, Россия

Севостьянова Е. В.

к.э.н., доцент,
доцент кафедры «Экономика» Омского государственного университета
путей сообщения
г. Омск, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ТРУДА

На современном российском рынке труда в условиях структурного кризиса экономики проявляются такие особенности развития и функционирования рынка, как изменение структуры в сфере занятости, снижение уровня заработной платы, рост безработицы среди выпускников вузов и техникумов, что обуславливает актуальность темы исследования.

Российская проблема безработицы среди молодежи согласуется с общемировой тенденцией, где наблюдается ее рост до 13,6% в 2016 г. с 12,9% в 2015 г. Число безработных молодых людей по всему миру в 2016 г. повысилось на 0,5 млн. до более, чем 71 млн. человек. К безработным среди молодежи относятся молодые люди в возрасте от 14 до 29 лет и по данным Роструда за 2015 г. их численность составляет 30,5% всех российских безработных. Из общего количества выпускников вузов и техникумов, обратившихся в службы занятости, работу получают только 30%, при этом по специальности удается устроиться менее чем 35% выпускников. К факторам, влияющим на формирование безработицы среди молодежи, относятся несоответствие спроса

и предложения на рынке труда, асимметричность информации о состоянии рынка труда, недостаток профессиональных компетенций и высокие требования к ним, отсутствие опыта и навыков адаптации к изменяющимся потребностям рынка труда, слабое представление будущей профессии [1].

Проблемы невостребованности знаний и навыков, недоверие работодателей, монотонность труда, отсутствие интересных задач называют 43% выпускников вузов и техникумов. По данным опроса РАНХиГС, разрыв отношений с работодателем происходит в полугодовой и годовой периоды работы у 30% неудовлетворенных молодых работников и 20% в течение второго года. Предпринимательской деятельностью после этого занимаются 59% молодежи, не работающей по найму, и еще 33% считают себя фрилансерами [2].

Проблема безработицы среди молодежи проявляется в ухудшении качества жизни, снижении рождаемости, разрушению института брака, слабой адаптации к экономической ситуации, снижению уровня ВВП и росту расходов по безработице, обострению социальных конфликтов, преступности. Чем более затяжной период поиска работы молодыми специалистами, тем существеннее оказываются их последствия в трудовой жизни.

По данным исследования *Prince's trust* пребывание в статусе безработных 26 месяцев в возрасте до 22 лет, приводит к сокращению зарплаты на \$1400-1650 по сравнению с их сверстниками в возрасте 26 лет, и на \$1050-1150 меньше в возрасте 30 лет. Аналогичное исследование, опубликованное *The Economist*, показывает, что мужчины, которые испытывают год безработицы в возрасте до 23 лет, будут зарабатывать на 23% меньше, чем их сверстники 10 лет спустя, и на 16% меньше 20 лет спустя [3].

Предложение на рынке труда не соответствует спросу работодателей. В настоящее время в основном на рынок труда выходят бухгалтера, юристы, менеджеры, экономисты и IT-специалисты. По данным службы исследований *HeadHunter* в ТОП-20 востребованных специалистов пока входят секретари, бухгалтеры, риэлторы и турагенты, но вскоре потребность в них заметно

снизится. Бизнес-школа «Сколково» и Агентство стратегических инициатив составили список профессий, которые вскоре исчезнут. К ним относятся нотариус, библиотекарь, копирайтер, испытатель, системный администратор, банковский операционист, аналитик, секретарь, логист, водитель, диспетчер и журналист.

На основании опроса рекрутинговой компанией *Hays* по мнению 2550 работников российских предприятий быстрее всего устареют рабочие специальности (37%), с рынка труда исчезнут бухгалтеры и продавцы (по 15%), водители (8%), переводчики и операторы (по 4%), турагенты и экскурсоводы. При этом 60% считают, что их профессия сильно изменится через 10 лет и потребует новых навыков, 2% убеждены, что их специальность исчезнет из-за роботизации и автоматизации. По данным исследования *The Future of Jobs*, проведенного Всемирным экономическим форумом, в сфере услуг ремонта и техобслуживания из-за развития интернета вещей ежегодно в мире сокращается на 8% число рабочих мест. Роботизация приведет к сокращению рабочих мест в промышленности на 0,83% в год в период с 2015 по 2020 г.

К востребованным специальностям через 10 лет относят консультантов по личностному росту, бизнес-тренеров, сотрудников отделов продаж, менеджеров по внутренним коммуникациям, IT-специалистов. По данным *HeadHunter* с января по май 2016 г. вырос спрос работодателей на коучей на 16%, менеджеров по внутренним коммуникациям – 23%, специалистов по сбыту – 19% по сравнению с аналогичным периодом 2015 г. [4].

Гибкая адаптация к запросам рынка требует широкое использование знаний современных цифровых технологий и особенностей интернет-пространства. Перспектива у таких гибридных специальностей, основанных на пересечении дисциплин, как биоинженеры, биотехнологи, IT-специалисты с медицинским или химическим образованием, либо хорошим знанием и опытом работы в психологии и социологии.

Изменение потребностей рынка диктует новые требования к работникам и формирование дополнительных компетенций. По данным компании *Hays*

17% участников опроса планируют сменить сферу деятельности или уже делают это, 64% стараются выбирать более сложные проекты, 30% перенимают опыт у зарубежных коллег, 7% регулярно общаются с карьерными консультантами и 66% расширяют кругозор, отслеживая тенденции в других отраслях и профессиях.

Сдерживающими факторами изменений профессии и профессиональных компетенций многие работники называют неблагоприятные внешние условия, геополитическое положение России на мировом рынке, структурный кризис, изменения в законах, налогах, безработицу, внедрение новых технологий, конкуренцию на рынке труда, дискриминацию по возрасту, работу в режиме многозадачности.

По данным кадрового агентства «Юнити» на основе данных опроса компаний в ТОП-5 востребованных профессий через пять лет входят технолог пищевого производства, архитектор мобильных приложений, биохимик, финансовый аналитик и стратег в сфере поиска и управления персоналом. Спрос на эти профессии обусловлен развитием производства продуктов питания и федеральных торговых сетей, запуска агропромышленных холдингов, госпрограммы «Фарма-2020», предусматривающей расширение производства на территории России, востребованностью профессионалов по обработке больших данных, разработчиков *Java* и *Python* [5].

Таким образом, в условиях структурного экономического кризиса в России меняются ситуация на рынке труда, кадровая политика на предприятиях и требования к профессиональным навыкам и компетенциям, что требует согласованного взаимодействия субъектов для решения задач адаптации молодежи на российском рынке труда.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Иноземцев В. О том, почему сегодня экономика уже не зависит ни от численности, ни от возраста населения // «Газета.Ру». от 07.09.2016. Режим доступа: <http://www.demoscope.ru/weekly/2016/0695/gazeta011.php>
2. Подцероб М. Две трети молодых специалистов не задерживаются на первом месте работы дольше года // Ведомости. 25.05.2016. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2016/05/26/642444-molodih-spetsialistov>
3. Молодежная безработица: современные тренды и последствия. 19.04.2017. Режим доступа: <http://rescue.org.ru/ru/news/analytics/5338-molodezhnaya-bezrabortitsa-sovremennye-trendy-i-posledstviya>
4. Ломская Т., Папченкова М. Велика Россия, а работать некому // Ведомости. № 4374. 31.07.2017. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2017/07/31/727040-rinok-truda>
5. Горелова Е. Профессии живые и мертвые // Ведомости. № 4342. 15.06.2017. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2017/06/15/694454-ischezayuschei-professiei>.

Кушнеревич Т.С.

Магистрант кафедры экономической теории и прикладной экономики

ТюмГУ

г. Тюмень, Россия

ТЕНДЕНЦИЯ НЕФОРМАЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ ТРУДА РОССИИ И ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

На рынке труда существует социальная группа, которая не принадлежит ни к занятым, не к безработным, а является некими маргиналами. К данному сегменту относится неформально занятое население.

Международные организации такие как: Международная организация труда (МОТ), Организация Экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в своих ежегодных прогнозах ситуации на рынке труда обращают особое внимание на динамику тех, кто трудится на незащищенных рабочих местах [30].

Британский социолог и антрополог К. Харт, впервые употребивший термин «неформальный сектор», понимал под ним примитивную и разнообразную самозанятость, типичную для обитателей городских трущоб в развивающихся странах [Hart, 1973]. Представители исследованных им рынков труда являлись городскими бедняками, вчерашними мигрантами из сел, неквалифицированными работниками, находящими в низкопроизводительной самозанятости основной (а часто единственный) источник средств к существованию. Харт указывал на отсутствие формального регулирования сегмента рынка труда, где сконцентрированы неформальные места занятости [2]. Изначально это явление считалось спутником и следствием экономической недоразвитости. Занятость в ней трактовалась как вынужденная альтернатива безработице и бедности [1].

Согласно традиционному подходу (подход, используемый МОТ) к понятию неформальной занятости, неформальная занятость – используется для обозначения людей, работающих в мелких производственных фирмах, непрофессиональных самозанятых, и людей, выполняющих в семье домашнюю работу; и правовой - понимает под незарегистрированной занятостью рабочих, не получающих социальную защиту, по которым не производятся социальные отчисления и не платятся налоги.

Следует отметить, что неформально занятые могут быть как в формальном так и в неформальном секторе.

Существуют два подхода к определению формального и неформального секторов на рынке труда: первый предполагает, что формальный и неформальный секторы на рынке труда - мобильны, т.е. работники переходят из сектора формальной занятости в неформальный и наоборот, зарплаты и условия труда в формальном и неформальном секторе сопоставимы, тогда и рынок труда можно рассматривать как интегрированный рынок; второй подход предполагает, что зарплаты в разных секторах (формальном и неформальном) различны и не выравниваются, и поэтому потока в формальный сектор нет, поэтому такой рынок труда называют сегментированным [4].

Проанализировав данные Росстата по неформальной занятости в России и Тюменской области можно сделать неоднозначные выводы. (см. Рисунок 1)

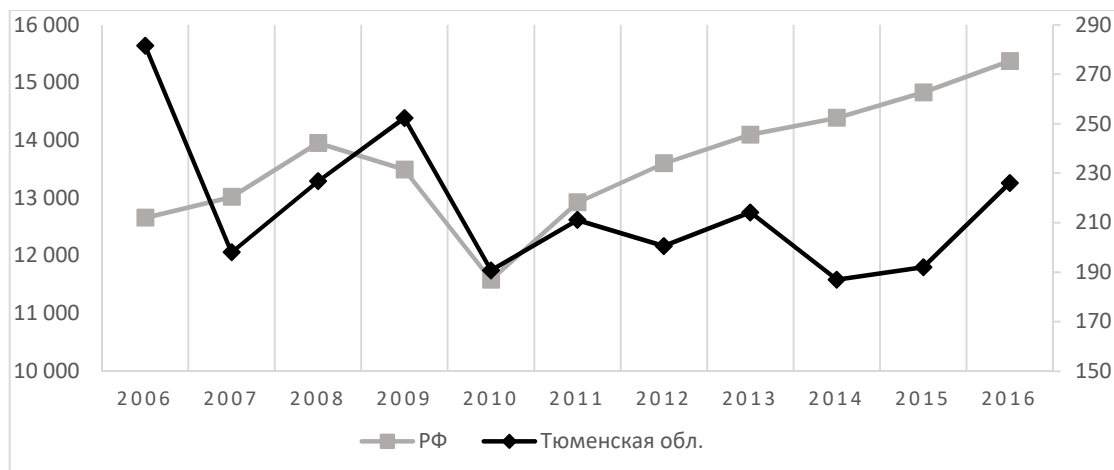


Рисунок 1 Динамика численности неформально занятых в РФ и Тюменской обл., тысяч человек

Источник данных: ОНПЗ. Росстат [5].

В общем виде последнее десятилетие существует тенденция увеличения неформально занятых в России. В период кризиса 2008 года численность неформально занятых увеличилась на 7% за год и резко снизилась в посткризисный период. Далее наблюдается тенденция стремительного роста, которая приводит показатель численности неформально занятых в 2014 году к отметке выше, чем в период кризиса.

На рынке труда Тюменской области наблюдается динамика двух-трехгодичных циклов (рост – спад). Динамика численности неформально занятых в регионе повторяется со средней по стране только в период с 2007 до 2011 года: наблюдается кризисный рост и посткризисное падение. Далее до 2016 года наблюдалась тенденция снижения численности неформально занятых. Такая динамика говорит о том, что работающее население в Тюменской области расположено к социально защищенному труду.

Гендерный признак является одним из ключевых в анализе данных, поэтому рассмотрение динамики неформального сектора целесообразно начать именно с него. В экономике России в период 2005-2010 гг. не наблюдалось резкой разницы распределения между мужчинами и женщинами в неформальном секторе. Но в конце указанного времени мужчины начинают преобладать на 7,5% от общей численности. Это можно

объяснить, большей склонностью мужчин к риску, что заставляет их входить в спектр занятости, лишенный каких-либо гарантий[3].

Другой важной чертой анализа является возраст. В возрастной структуре неформально занятых на российском рынке труда наблюдается преобладает население в трех возрастных группах от 20 до 49 лет (см. Рисунок 2).

Молодые люди 20 – 29 лет и специалисты среднего возраста 30 – 49 лет больше остальных подвержены переходу к неформальной занятости в период кризиса. Можно предположить, что это связано со склонностью населения в этом возрасте «работать на себя», т.е. заниматься предпринимательской деятельностью.

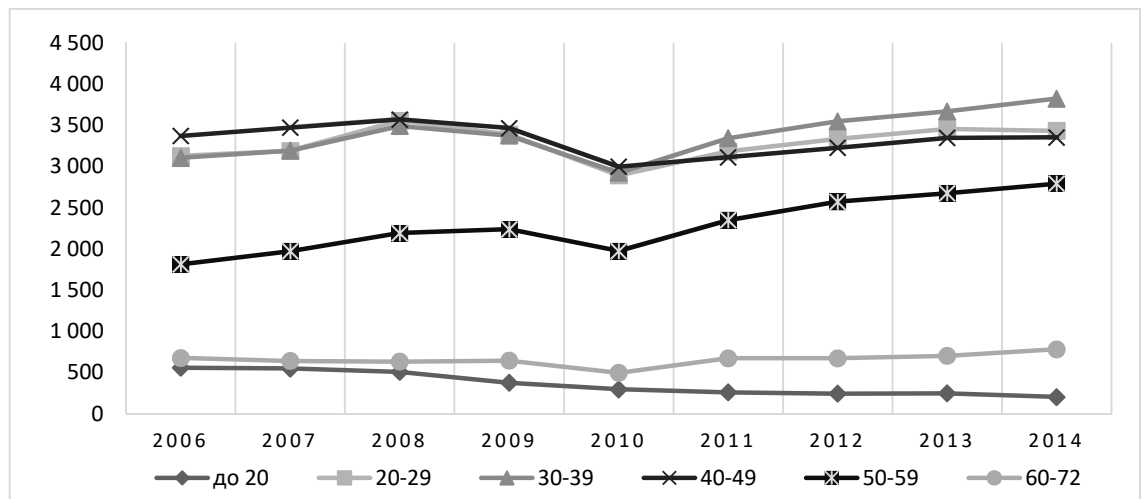


Рисунок 2 Динамика численности неформально занятого населения по десятилетним возрастным группам в России, тысяч человек

Источник данных: ОНПЗ. Росстат [5].

В 2010 году наблюдается спад неформальной занятости во всех возрастных группах и дальнейшее увеличение. В самой младшей возрастной группе на протяжении всего периода наблюдается тенденция снижения численности неформально занятых. Это связано с усилением политики социальной защиты данной категории населения. Доля молодежи среди занятых неформально примерно вдвое превышает долю среди занятых формально в данной возрастной категории: 19–22% против 10–11% [2].

В соответствии со Стратегией национальной безопасности Российской Федерации (утверждена Указом Президента РФ от 31.12.2015 № 683) одной из задач противодействия угрозам экономической безопасности Российской Федерации является сокращение неформальной занятости и легализация трудовых отношений.

Сокращение неформальной занятости является приоритетной задачей правительства (Указ Президента РФ от 31.12.2015 № 683). Она приводит не только к отсутствию соблюдения трудовых прав и социальных гарантий работников, но и к недополучению доходов бюджетами регионального и муниципального уровней от налога на доходы физических лиц. Это, в свою очередь, приводит к проблеме дефицитности бюджетов, что не позволяет реализовывать все мероприятия по развитию различных сфер, в том числе социальной.

Однако неформальный сектор безусловно может иметь и позитивные последствия для общества. Во-первых, неформальный сектор может дать работу индивидам, которым не хватило мест в формальном секторе и помочь избежать безработицы. К тому же неформальный сектор является хорошей площадкой для появления и развития малого бизнеса, и развития конкуренции[3].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гимпельсон В. Е. «Неформалы» в российской экономике: сколько их и кто они? / В. Е. Гимпельсон, А. А. Зудина // Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. – 60 с.
2. Капелюшников, Р. И. Неформальная занятость в России: что говорят альтернативные определения? / Р. И. Капелюшников // НИУ ВШЭ. – М. : Изд. дом «Высшей школы экономики», 2012. – 84 с.

3. Леонова Л. А., Шушунина Н. А. Неформальная занятость в России: проблемы появления и изучения // Молодой ученый. — 2011. — №11. Т.1. — С. 132-135.

4. Федорова Е. П. Неформальная занятость в России: тенденции, причины / Е. П. Федорова, А. В. Яковлева // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент» №1, 2014. — С. 6.

5. Обследование населения по проблемам занятости: ст. сборник [Электронный ресурс] официальный сайт Федеральной служба государственной статистики. — Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140097038766

Лаврик В.О.

Магистрант кафедры экономической теории и прикладной экономики ТюмГУ

г. Тюмень, РФ

АДРЕСНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ПОМОЩЬ МНОГОДЕТНЫМ СЕМЬЯМ

В Конституции Российской Федерации сказано, что Россия – это социальное государство. Социальная политика нашей страны направлена на улучшение демографической ситуации в РФ, имеет одной из своих целей поддержку семьи и материнства.

В настоящее время в Российской Федерации нет единого определения того, какую семью можно считать многодетной. Основным нормативно-правовым актом в этой области является Указ Президента РФ № 431 «О мерах по социальной поддержке многодетных семей» от 05.05.1992 (ред. от 25.02.2003). Данный документ определяет, что полномочия, по определению критериев признания семей в качестве многодетной, возложены на органы государственной власти субъектов Российской Федерации.

В Тюменской области адресная социальная помощь многодетным семьям регламентируется областным Законом от 28.12.2004 № 331 «О социальной поддержке отдельных категорий граждан в Тюменской области» (принят Тюменской областной Думой 23.12.2004) статьями 13 и 14. В 13 статье дается определение многодетной семьи – так многодетной, признается семья, имеющая трех и более детей. Статьей 14 закона «О социальной поддержке отдельных категорий граждан в Тюменской области» определен размер регионального материнского капитала, который в настоящее время составляет 40 000 руб. и указывается, что ежемесячное пособие на третьего и последующих детей выплачивается при наличии среднедушевого дохода ниже величины, установленной правительством Тюменской области, до достижения ребенком возраста трех лет.

В настоящее время в Российской Федерации и в Тюменской области в частности, адресная социальная помощь многодетным семьям может быть оказана в виде:

1) Денежных выплат;

2) Предоставления услуг, таких как бесплатный или льготный проезд на общественном транспорте, льготная стоимость или бесплатное оказание некоторых медицинских услуг, не входящих в перечень бесплатных по полису ОМС, бесплатная юридическая и социальная помощь;

3) Помощи, оказанной в натуральной форме. В качестве примера, можно привести бесплатные путевки на санаторно-курортное лечение, предоставление бесплатного питания в образовательных учреждениях, выдача бесплатных лекарственных средств, одежды, обуви, для малоимущих многодетных семей;

4) Морального поощрения – выражается в стимулировании укрепления статуса многодетной семьи, в качестве приоритетной;

5) Комплексной помощи – сочетающая в себя несколько из вышеперечисленных форм.

Анализ литературы по теме исследования показал, что приоритетной формой адресной поддержки многодетных семей является денежная, которая выражается, как правило, в виде компенсаций, пособий, ежемесячных выплат и прочих [3].

Примером комплексной формы социальной помощи, сочетающей в себе как моральное поощрение, так и денежную выплату, является существующая в Тюменской области адресная социальная помощь многодетным семьям: мужчины и женщины граждане РФ, проживающие не менее 15 лет, достойно воспитывающие 5 и более детей (рожденных или усыновленных) награждаются медалями «Материнская слава» и «Отцовская доблесть» вместе с выплатой одному из них единовременного пособия в размере 50 000 руб.

К проблемам социальной поддержки многодетных семей в России и в Тюменской области на современном этапе, можно отнести то, что все они носят, как правило, кратковременный характер. Государственная поддержка

многодетности направлена на стимулирование принятия решения о рождении третьего или последующего ребенка, улучшение демографической ситуации в стране и регионе, а не на оказание социальной помощи в процессе развития и воспитания ребенка, с которым возникают основные сложности у многодетных семей.

Существующие в России меры поддержки семьи, материнства и детства в виде единовременных пособий при рождении ребенка и федеральный и региональный материнский капитал имеют фрагментарный характер и не могут снизить детскую бедность в стране, так как рождение даже первого ребенка накладывает на семью множество финансовых расходов, не говоря уже, о семьях с тремя и более детей. В Российской Федерации финансовая нестабильность многодетных семей усугубляется также сложной геополитической и экономической ситуацией в стране и в мире, за счет которой снижается общий уровень жизни населения в стране, особенно наиболее уязвимых слоев населения, таких как многодетные семьи.

Таким образом, можно сделать вывод, что адресная социальная помощь многодетным семьям оказывается в целях помощи в осуществлении основных функций и направлена на защиту многодетности в РФ. Многодетным семьям выплачиваются пособия, предоставляются различные льготы, ключевое значение в помощи многодетным семьям имеет материнский (семейный) капитал.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Указ Президента РФ № 431 «О мерах по социальной поддержке многодетных семей» от 05.05.1992 (ред. от 25.02.2003)
2. Законом от 28.12.2004 № 331 «О социальной поддержке отдельных категорий граждан в Тюменской области» (принят Тюменской областной Думой 23.12.2004) в ред. от 23.12.2016 г.

3. Лаврик В.О., Киселица Е.П. Адресная социальная помощь в современной системе социальной защиты населения РФ [Текст] / В. О. Лаврик, Е. П. Киселица // Приоритетные направления развития образования и науки : материалы Междунар. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 9 апр. 2017 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. — С. 167–169.

4.Шилова Н.Н., Киселица Е.П. Промышленный маркетинг: учебное пособие. Тюмень: ТюмГНГУ, 2012.- 212 с.

Лейман Т.И.

к.э.н., доцент кафедры
экономической теории и прикладной экономики
Тюменского государственного университета
г. Тюмень, Россия

Дружинина А.А.

студентка 2 курса направления «Экономика»
магистерская программа "Экономика
и правовое регулирование бизнеса"
Тюменского государственного университета
г. Тюмень, Россия

ВЛИЯНИЕ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ НА ВЫБОР МОЛОДЕЖЬЮ БУДУЩЕЙ ПРОФЕССИИ

Формирование и построение гендерных компонентов осуществляется в течение всего детства ребенка. Стоит отметить, что в большинстве современных обществ наиболее предпочтительным является мужской пол.

Гендер – это пол в социальном аспекте, который определяет поведение человека в социуме: с коллегами по работе, друзьями, родственниками.

В настоящее время под гендерными стереотипами понимают различия в зависимости от пола социальных ролей, поведения и статуса личности.

Гендерная асимметрия на рынке труда выражается в непропорциональной представленности социальной роли мужчины и женщины в сфере трудовой деятельности.

Становлению гендерных стереотипов способствует как общество, так и ближайшее окружение ребенка, семья, дошкольные образовательные учреждения. Так, при воспитании мальчиков, особое внимание уделяется формированию таких качеств как активность и самостоятельность, а у девочек стараются развивать заботливость, эмпатию, доброту. В повседневной жизни

многие родители даже не замечают, насколько по-разному воспитывают сына и дочь – а по факту родители следуют гендерным стереотипам, заложенным в обществе: мальчики должны играть в машинки и конструктор, а девочки в куклы и кухню.

В школьные годы гендерная асимметрия значительно усиливается. Так, например, главными школьными предметами для мальчиков считаются информатика, математика, физкультура, астрономия, физика, тогда как для девочек - литература, этика, домоводство. На уроках труда также продолжается закрепление стереотипа, что относится к женской домашней работе, а что к мужской. На уроках труда (современное название предмета «Технология») девочки готовят еду, шьют, а мальчики мастерят и конструируют.

Негласное деление изучаемых в школе предметов на женские и мужские способствует ориентации школьников на будущую профессию. Так мальчики ориентированы на профессии экономистов, программистов, инженеров, спортсменов, а девочки на специальности гуманитарные, такие как психолог, воспитатель, филолог, лингвист.

Исходя из вышеизложенного, становится понятно влияние гендерных стереотипов на профессиональное самоопределение молодежи, на становление роли человека в обществе.

Исследуя отношение молодежи к гендерным стереотипам, стоит отметить, что мужской пол склонен поддерживать существование гендерных стереотипов в отношении женщин, их роли в семье и обществе, тогда как относительно мужских гендерных стереотипов, поддерживаются лишь наличие лидерских позиций в семье, активность, отвергая при этом ограничения на интересы мужчин. Девушки, как правило, соглашаются со стереотипами, навязанными обществом, но при этом считают необходимой финансовую и личностную независимость, как у мужчин, так и у женщин.

Исходя из данных современных исследований, можно сделать вывод, что и парни и девушки выделяют женские и мужские профессии, однако, при этом, женщины считают, что мужчина может заниматься «женской» профессией без

ущерба для своего общественного статуса и здоровья, а женщина не должна заниматься «мужскими» профессиями. Опросы показывают, что и девушки и парни, руководящие профессии причисляют к категории «мужских» профессий.

В Российской Федерации не существует общественных барьеров для получения женщинами образования, более того, статистика свидетельствует о том, что уровень образования у российских женщин, выше, чем у мужчин, меньшее количество женщин занято низкоквалификационным трудом, тогда как процент мужчин в этой категории достаточно велик [4].

По-прежнему воспроизводится феномен «стеклянного потолка», ограничивающий возможности профессионально-должностного продвижения женщин (им сложнее повышать квалификацию, ездить в командировки, работать сверхурочно из-за совмещения профессиональной и семейных ролей)[1, с. 140].

Однако, несмотря на различия в уровне образования, в России наблюдается неравномерное половое распределение по различным профессиям и отраслям. Традиционное и утвержденное в обществе непостоянство в половом распределении в определенной профессии, имеющее меньшее количество специалистов женщин, чем мужчин в пределах данной профессии принято называть гендерным разделением профессий.

Таким образом, выбор профессий современной молодежью происходит под непосредственным влиянием гендерных стереотипов. При выборе профессий молодежь сталкивается с внешними и внутренними барьерами.

К внешним барьерам – относятся гендерные стереотипы о профессиях сложившиеся в обществе, представления родителей абитуриентов о подходящей профессии для их ребенка.

К внутренним барьерам можно отнести оценку своих способностей абитуриентом, принятие своих склонностей в науках, осознание характеристик своей личности, которые могут препятствовать в получении той или иной профессии.

Данные барьеры и сложившиеся стереотипы в обществе мешают абитуриентам выбирать ту профессию, к которой действительно имеется склонность, а не потому, что общество считает, что с ней женщине буде проще справиться с семейными заботами и обязанностями.

Психологи рекомендуют использовать разные методы для профориентации парней и девушек. При консультировании девушек следует помочь выявить истинные склонности и поддерживать уверенность в успешности построения карьеры в данной профессии, несмотря на существующие гендерные стереотипы. Юношам необходимо помочь рационально и основательно подойти в выборе будущей профессии.

Очень важным моментом в борьбе с гендерными стереотипами является устранение гендерных барьеров при трудоустройстве. В России существует только одна сфера, где происходит оценка специалиста лишь по уровню знаний вне зависимости от пола – это сфера образования. Однако, необходимо стремиться к устранению гендерного неравенства при трудоустройстве и в других отраслях экономики.

Подводя итог, можно сделать вывод, что в российском современном обществе наблюдается значительное влияние гендерного стереотипа на выбор молодежью будущей профессии. Однако, проведение образовательными учреждениями работы по изучению особенностей гендерных стереотипов, влияющих на современную молодежь, и определение психологических условий по их преодолению, позволят создать условия для успешной самореализации молодежи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Иоффе Е.В. Перспективы гендерного равенства в контексте традиционных гендерных норм // Сборник «Мужское и женское: сотрудничество и конфронтация. – 2016. – С. 139-144.

2. Лейман Т.И. Гендерная политика на рынке труда // Академический Вестник ТГАМЭУП, №3(25), Тюмень, 2013. С. 182-188.
3. Лейман Т.И. Гендерные аспекты рынка труда // Налоги. Инвестиции. Капитал, № 4-6, Тюмень, 2012. С. 33-41.
4. Федеральная служба государственной статистики <http://www.gks.ru>

Медведева О.А.

магистрант

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»

г. Тюмень, Россия

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ

В современном мире все большую значимость приобретает роль персонала, поскольку именно персонал является основной движущей силой успешного существования и развития любой организации. От сотрудников организации зависят реализация поставленных задач, разработка новых технологий, активность в решении возникающих проблем, качество выпускаемой продукции или оказываемых услуг. Однако для успешной деятельности организации недостаточно нанять высококвалифицированных сотрудников, необходимо еще и организовать их работу так, чтобы в целом она была максимально эффективной. Исходя из всего вышеуказанного, можно с уверенностью заявить, что разработка и реализация кадровой стратегии является одним из самых значимых аспектов в успешном функционировании любой организации, что свидетельствует об актуальности темы настоящей работы.

Исследуя литературу по управлению, было выявлено, что авторы по-разному трактуют сущность понятия «кадровая стратегия». Например, по мнению Кибанова А.Я., кадровая стратегия – это разработанное руководством организации приоритетное, качественно определенное направление действий, необходимых для достижения долгосрочных целей по созданию высокопрофессионального, ответственного и сплоченного коллектива и учитывающих стратегические задачи организации и ее ресурсные возможности [4].

Бедненко А. считает, что кадровая стратегия – это набор основных целей, принципов и правил работы с персоналом [6].

По мнению Кузнецовой И.Д. и Земсковой Е.А., кадровая стратегия в организации состоит в определении путей развития компетенций у всего персонала предприятия и призвана связать между собой многочисленные аспекты управления персоналом для стимулирования и оптимизации их влияния на работников, особенно их трудовые качества, квалификацию [8].

Гусаров М.С. под кадровой стратегией понимает совокупность ориентиров и действий организации в сложившихся условиях внешней среды, регулируемых системой правил и принципов, необходимых для приведения компетенций персонала, как важного ресурса компании, в соответствие с целью развития [7].

Алимбеков Т.А. полагает, что кадровая стратегия – это, прежде всего, концепция работы с персоналом, концепция формирования, использования и развития человеческого ресурса, производная от бизнес-стратегии организации. Это генеральная линия в работе с персоналом, которая предполагает разработку состава и последовательности принимаемых решений для достижения системой управления персоналом поставленных целей, это замысел организации своего будущего в области управления персоналом [5].

В результате анализа приведенных определений можно отметить, что подходы к определению сущности кадровой стратегии в основном схожи - все они рассматривают данный тип стратегий, как набор определенных принципов, методов и правил работы с персоналом, а также пути создания высокопрофессионального, ответственного коллектива для достижения поставленных целей организации.

Исследователи в сфере управления человеческими ресурсами предлагают целый ряд различных подходов к классификации кадровых стратегий, представленный в таблице 1.

Таблица 1

Сводная таблица подходов в вопросе определения кадровой стратегии

№ п/п	Классификация кадровых стратегий	Автор
1.	-кадровая стратегия, ориентированная на предпринимательскую стратегию организации; - кадровая стратегия, ориентированная на стратегию динамического роста организации; - кадровая стратегия, ориентированная на стратегию прибыльности;	Дж. Иванцевич, А. Лобанов [3]
1.	- кадровая стратегия, ориентированная на ликвидационную стратегию организации; - кадровая стратегия, ориентированная на стратегию круговорота.	Дж. Иванцевич, А. Лобанов [3]
2.	- стратегия инновации; - стратегия повышения качества; - стратегия лидерства в издержках.	М. Портер [1]
3.	- кадровая стратегия на этапе зарождения организации; - кадровая стратегия на этапе роста организации; - кадровая стратегия на этапе зрелости организации; - кадровая стратегия на этапе спада организации.	Ж. Стори, К. Сиссон [5]
4.	- кадровая стратегия, ориентированная на максимизацию прибыли; - клиентоориентированная стратегия; - функциональная стратегия; -кадровая стратегия, ориентированная непосредственно на работников; - кадровая стратегия, направленная на развитие; - территориальная стратегия.	В.И. Герчиков [2]
5.	- тэйлоровская; -интегрированная; -японская.	Керн и Шуманн [8]

В процессе анализа было выявлено, что исследователи в области управления персоналом в основу классификаций кадровых стратегий закладываются различные варианты их зависимости от целого ряда факторов.

Наиболее известные варианты классификации кадровых стратегий представлены на рисунке 1.

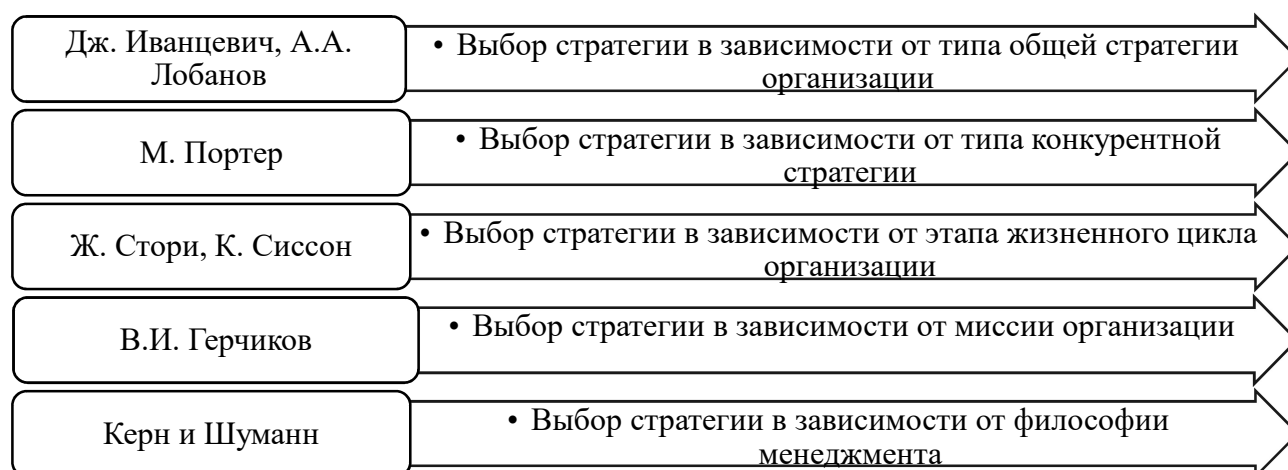


Рисунок 1 – Различные направления подходов к выбору кадровой стратегии

Рассмотренные варианты классификации кадровых стратегий можно назвать традиционными, поскольку их придерживается большинство как российских, так и зарубежных авторов. Перечисленные виды стратегий закладывают хорошую основу для выбора стратегических альтернатив.

На практике, как правило, происходит соединение нескольких вариантов кадровых стратегий при доминировании определенной. Кроме того, в процессе деятельности организации, достижения ею общей цели, замене вида корпоративной стратегии, смене жизненного цикла организации меняется и вариант кадровой стратегии.

Генеральной целью разработки кадровой стратегии организации является обеспечение качества ее персонала на уровне, позволяющем наиболее эффективно реализовать стратегические цели и задачи организации на каждом этапе ее деятельности.

Вероятность формулирования эффективных кадровых стратегий повышается, если общие методы, которые организация намерена использовать при управления персоналом, понятны всем ее членам. Такие методы в дальнейшем могут служить в качестве модели, в рамках которой будут реализовываться конкретные стратегии. Основные модели представлены в таблице 2.

Таблица 2

Основные модели разработки кадровой стратегии

Автор и название стратегической модели	Особенности модели
Уолтон, Модель управления формированием высокой степени приверженности	Система управления нацелена на формирование приверженности, с тем, чтобы вместо поведения, регулируемого санкциями и внешним давлением на работника, добиться в общей массе саморегулируемого поведения и установления доверительных отношений в организации.
Модель управления формированием высокой степени эффективности	Управление, нацеленное на достижение высокой степени эффективности, призвано повлиять на работу фирмы путем использования людей в таких направлениях, как производительность, качество, уровень обслуживания потребителей, прибыль и создание повышенной ценности для акционеров.
Модель максимальной вовлеченности	Предполагает формирование отношения к работникам как к партнерам по бизнесу с учетом их интересов и наделение работников правом голоса в решении касающихся их вопросов.

Источник: [1]

Следует отметить, что на практике зачастую встречается комбинация тех или иных моделей, с преимущественным количеством элементов конкретной модели.

Помимо этого, разработка и реализация стратегии – это очень сложный процесс. Стратегия может и должна дорабатываться по мере ее реализации в ответ на новые требования постоянно изменяющихся условий внешней среды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами: учебник, рек. МО РФ. — СПб.: Питер, 2007. — 687 с.
2. Герчиков В.И. Функции и структура службы управления персоналом. — М.: ГУ ВШЭ, 2003. — С. 235
3. Иванцевич Дж. Человеческие ресурсы управления / Дж. Иванцевич, А. Лобанов. — М.: Дело, 2007. — С. 197
4. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: Учебник/Под ред. А.Я. Кибанова. — 3-е изд., доп. и перераб. — М.: ИНФРА-М, 2005. — С. 212

5. Алимбеков Т.А. Формирования и реализация стратегии управления персоналом / Т.А. Алимбеков// Вестник Саратовского государственного технического университета. — 2009. — № 38. — С. 184
6. Бедненко А. Семь слагаемых успеха или что такое эффективная кадровая стратегия / Бедненко А. // Служба кадров и персонала. — 2010. — №2. — С. 19.
7. Гусаров М.С. Терминологический хаос: кадровая политика и стратегия управления персоналом/ М.С. Гусаров// Креативная экономика — 2008. — № 6 (18) . — С.66
8. Кузнецова И.Д. Разработка кадровой стратегии организации в антикризисном менеджменте // Современные наукоемкие технологии / И.Д. Кузнецова, Е.А. Земскова// —2006. — №2. — С. 50.

Тропникова В. А.

к.э.н., доцент,

доцент кафедры экономики ОмГУПС

г. Омск, Россия

МОЛОДЕЖНЫЙ РЫНОК ТРУДА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Согласно данным Международная организация труда, на сегодняшний день в мире порядка 75 млн. молодых людей в возрасте от 15 до 24 лет являются безработными, что составляет 22 %. Особую остроту проблема трудоустройства молодежи получила с 2008 года. Начиная с этого времени, страны Евросоюза ежегодно теряют порядка 1,2 % валового внутреннего продукта из-за не работающих и не учащихся молодых людей. Ежеженедельно расходы на государственные пособия для этой группы населения в совокупности с потерями от снижения уровня производства обходится экономике Евросоюза в 3 млрд. евро. Начиная с 2004 года, в России наблюдается сокращение численности молодежи в абсолютном выражении – с 35211 тысяч человек в 2004 году до 27588 тысяч человек в 2016 году, а с 2009 года и сокращение ее доли в структуре занятого населения с 24 % до 19 % [1].

Молодежь как особую категорию населения можно разделить на подгруппы в соответствии с положением на рынке труда. Первую, подростковую группу, образуют учащиеся школ (до 18 лет), которые практически не вовлечены в трудовую деятельность. Стремление к самостоятельному заработку проявляется в виде занятий простой деятельности, не требующей профессиональной подготовки: раздача рекламных листовок или газет, сфера общественного питания и так далее.

Вторая подгруппа – молодые люди в возрасте 18-24 года – это студенты и те, кто завершает или завершил профессиональную подготовку. Данная подгруппа отличается низкой конкурентоспособностью по причине отсутствия профессионального и социального опыта. Ухудшение материального положения населения России на современном этапе приводит к повышению уровня занятости среди учащейся молодежи. Данная ситуация способствует, с одной стороны, усилению загруженности молодых людей, которым теперь необходимо совмещать учебу и работу, а с другой стороны, дает возможность получить профессиональный опыт, что может значительно облегчить трудоустройство выпускников учебных заведений.

Третью подгруппу составляют молодые люди в возрасте 25-29 лет, имеющие определенную квалификацию и профессиональный опыт. Это самая конкурентоспособная группа молодежи на рынке труда. Данная подгруппа отличается сформированностью карьерных ориентаций, достаточной четкостью и обоснованностью требований к работе, реалистичностью оценки своих возможностей и целей в области профессиональной деятельности.

Безработица молодежи, как правило, вызвана не отсутствием рабочих мест как таковых, а тем, что большинство рабочих мест в промышленности и сельском хозяйстве не удовлетворяют молодых людей как своим качеством, так и предлагаемым заработком. По итогам 2016 года самыми востребованными специализациями являются: продажи, административный персонал, мультимедиа, консультирование, банковская сфера, администраторы магазинов, курьеры, секретари, кассиры, специалисты по взысканию задолженностей и работе с проблемными кредитами, специалисты в области IT-безопасности. Меньше всего молодых специалистов требуется в таких областях, как юриспруденция, добыча сырья, наука, образование, медицина и фармацевтика.

На основе исследования «Российский рынок труда для молодых специалистов», составлены требования к молодым людям и, как следствие, портрет молодого человека, востребованного на сегодняшнем рынке труда: стрессоустойчивость, нацеленность на результат, активная жизненная позиция, инициативность и амбициозность. Требования к навыкам: грамотная письменная и устная речь, умение анализировать, навык обращения с ПК, умение принимать решения.

Безработица среди молодежи еще и результат отстающего от бизнес-реалий образования, сосредоточенного в основном на изучении теории, а не на формировании профессиональных компетенций. Передовые университеты начинают делать программы обучения, которые развивают так называемые надпрофессиональные компетенции – IT-грамотность, аналитические способности, языковую грамотность, soft skills, чтобы владельцы такого диплома смогли работать в любых компаниях и условиях.

В качестве специфических характеристик молодежного рынка труда можно указать следующие:

1) отсутствие достаточного профессионального опыта, а порой и образования, востребованного на рынке труда;

2) фрагментарный или ограниченный учет информации о перспективной ситуации на рынке труда в ходе профессиональной ориентации вызывает диспропорции в структуре спроса и предложения на рабочую силу на молодежном рынке труда (согласно данным Росстата по специальности работают только 69 % выпускников вузов);

3) отсутствие или игнорирование представлений о собственных способностях и возможностях вызывает рассогласование между желаниями молодого человека и реальными требованиями профессии;

4) низкая осведомленность о государственной политике в области молодежной занятости;

5) низкая мотивация к овладению рабочими специальностями и обучению в системе СПО;

6) несоответствие ожиданий молодых людей, прежде всего учащихся первых курсов высших образовательных учреждений, по вопросам условий и оплаты труда;

7) самостоятельный поиск работы молодыми людьми обуславливает трудоустройство скорее не по профессиональной принадлежности, а по возможности найти работу за определенную заработную плату. Это обеспечивает самые низкие показатели по времени поиска работы, но усугубляет проблему приобретения опыта профессиональной деятельности;

8) уровень конкуренции на молодежном рынке труда выше, чем у любой другой возрастной группы. По данным HeadHunter на одну вакансию для молодых людей приходится 10 резюме, тогда как в целом по рынку этот показатель составляет 6,8.

9) снижающийся уровень социальной активности, а также рост инфантильности среди современных молодых людей не способствует формированию образовательной и карьерной стратегии.

Важным направлением решения и профилактики возникновения ряда задач молодежного рынка труда является работа по формированию индивидуальной образовательной и карьерной стратегии молодого человека. В этих целях должна быть проведена соответствующая работа в области исследования мотивов и ценностных ориентаций профессиональной деятельности. Согласно исследованию Поповой Е.С., большинство старшеклассников в качестве основных мотивов выбора профессии и будущего учебного заведения называют величину оплаты труда (74,7%), престижность работы (64,7%), легкость поиска работы (56,3%). Радует тот факт, что 72,5 % опрошенных ребят стараются получить работу, соответствующую интересам и склонностям [2].

В ходе исследования на базе Омского государственного университета путей сообщения выяснилось, что образование представляет собой одновременно и инструментальную и терминальную ценность для опрашиваемой категории респондентов (студенты первого курса

экономического профиля). При этом юноши в большей степени склонны считать образование инструментом достижения целей, чем девушки: 67 % против 46 %.

Ведущим мотивом учебной деятельности 97 % респондентов выбрали внутренний, то есть мотив, напрямую связанный с самой деятельностью, стимулирующий ее, предполагающий самостоятельную познавательную работу и личностную заинтересованность. 94% всех респондентов выбирают положительную мотивацию в виде ожидания поощрения, похвалы, одобрения, и только 6% делает выбор в пользу наказаний. В структуре мотивов учебной деятельности первое место занимает познавательный мотив (61 %).

В ходе исследования было выявлено, что 61% студентов планирует работать по специальности. Количество опрошенных, неопределившихся с будущей работой по специальности, составляет 26 %, не планирующих работать по специальности – 13% опрошенных.

Таким образом, для решения существующих проблем на молодежном рынке труда необходима разработка системы комплексных мероприятий, начиная с выбора профессиональной деятельности и заканчивая формированием практических рекомендаций, нацеленных на повышение конкурентоспособности молодого человека на рынке труда, как в масштабах своего региона, так и за его пределами. Механизм регулирования молодежного рынка труда должен охватывать весь спектр политических, экономических, правовых и социально-психологических факторов. Все это должно способствовать достижению соответствия спроса и предложения рабочих мест, развитию прогрессивных социально-трудовых отношений, формированию приоритетов и предпочтений в трудовой деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Численность населения. Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа:

http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#

2. Попова Е.С. Мотивация к образованию: выпускники школ перед выбором образовательной стратегии //Грани российского образования. М.: Центр социологических исследований, 2015. 644 с.

Хайруллина Л.А.

Студентка 2 курса магистратуры

Направления «Экономика

Тюменского Государственного Университета (ТюмГУ)

г. Тюмень, Россия

АНАЛИЗ НЕФОРМАЛЬНОЙ ЗАНЯТОСТИ

Проблема неформальной занятости присутствует в российских реалиях уже не первое десятилетие, но, несмотря на это, все еще нет единого определения и четких границ сфер неформальной занятости. Под определением «неформальной занятости» принято подразумевать, как только незарегистрированную занятость на формальных предприятиях, так и самостоятельно занятое население (малое предпринимательство), что осложняет возможность оценить реальное количество неформально занятых и статистические оценки исследований могут иметь кардинально разные показатели.

Существует два подхода к неформальной занятости: производственный и легалистский. Первое определение разработано международными экономическими организациями (используется МОТ) на основе подхода К. Харта. Харт понимал под неформальной занятостью примитивную самозанятость, присущую жителям трущоб, не обладающим образованием и квалификацией. В развитие этой парадигмы МОТ определила неформальную занятость, как «совокупность единиц, занятых производством товаров и услуг с основной целью обеспечить работу и доход для тех, кто связан с этими единицами. Эти единицы характеризуются низким уровнем организации, низкой капиталоемкостью и небольшими размерами. Неформально занятые – это категория населения, использующая примитивный труд и имеющая низкий доход.

Второй подход – легалистский, определяет неформальный сектор с точки зрения того, в какой мере фирмы или индивиды следуют формальным правилам и законодательным нормам, а особое внимание уделяется возможностям доступа к системе социального обеспечения (Гимпельсон, 2011). Неформально занятые – это социально незащищенная категория населения.

Оба подхода находят своих сторонников, также сформировались географические предпочтения этих подходов. Исследования, посвященные неформальному сектору стран Африки, под неформальной занятостью понимают малые предприятия, использующие примитивные технологии и неформальные принципы организации деятельности. В латиноамериканских исследованиях преимущественно используется рассмотрение неформальной занятости в контексте полной или частичной нелегальности, которая направлена на сокращение налогов и уход от регулирующих ограничений.

Также, эти подходы отразились на способах исследовательских стратегий. Исследование хозяйствующих субъектов с помощью легалистского подхода принципиально возможно в специализированных исследованиях, не реализуемых в общенациональном масштабе. Напротив, исследование неформального сектора через размер или организационно-правовую форму предприятий позволяет проводить широкомасштабные исследования [2].

Zhe Liang (Бизнес-школа Ноттингемского университета) в своем исследовании отмечает, что существует прямая зависимость причастности к неформальной занятости по таким характеристикам, как образование, форма деятельности (самозанятые или занятые по найму) и возраст.

Кроме подходов к определению неформальной занятости, существует различная оценка этого явления. Одни исследователи считают, что масштабная неформальная занятость искажает механизмы функционирования рыночной экономики [1].

Ранее неформальная занятость рассматривалась исключительно как негативный феномен, вынужденный, присущий неразвитым странам, приносящий низкий доход. Однако, в своем исследовании, проведенном в

Латинской Америке, У. Мэлони опровергает это убеждение, доказывая, что неформальная занятость является не всегда вынужденной, заработная плата практически не отличается, но на работников меньше давит формальный сектор, а при возможности перехода из неформального сектора в формальный, работники могут выше ценить факторы, предоставляемые неформальной занятостью, чем законодательную защиту. Добровольный выбор в отношении рабочих мест и их характеристик, таких как гибкие часы, работа в качестве самозанятых (микропредприниматели), отсутствие социального обеспечения, может быть, как причиной перехода в неформальный сектор, так и причиной работы в категории неформально занятых.

В реальности существование неформального сектора тесно связано и с формальным сектором, и с формальным регулированием. Предприятия неформального сектора могут выступать поставщиками, субподрядчиками предприятий формального сектора, образуя единую производственную цепочку. Существование неформального сектора может быть обусловлено неспособностью соответствовать нормам действующего законодательного или иного регулирования. Так же, как и предприятия формального сектора могут действовать вопреки формальному регулированию (практики сокрытия части зарплаты или устного найма распространены как в неформальном, так и в формальном секторах). И, напротив, часть занятости на предприятиях неформального сектора может осуществляться в полном соответствии с действующим административным, трудовым и налоговым законодательством

Также, связь формальной и неформальной занятости отмечает Хартмут Леманн (профессор экономической политики Болонского университета и руководитель программы исследований Института исследований труда (IZA)) в своем исследовании неформальной занятости в странах с переходной экономикой, он говорит, что увеличение установленной законом заработной платы в формальном секторе сократит официальную занятость, но приведет к более низкой неформальной заработной плате и более высокому уровню неформальной занятости. В этом он видит интеграцию формального и

неформального сектора. Работа в неформальном секторе представляет собой риск, поскольку отсутствуют социальные гарантии, доходы не гарантированы, и существует вероятность обнаружения и привлечения к ответственности [5].

Zhe Liang напротив, отмечает, что такая форма занятости может помочь различным секторам во время кризиса, стать более конкурентоспособными, особенно на фоне технологического прогресса, во время уменьшения производственной сферы и изменений в структуре промышленности. Развивающиеся страны, такие как большая часть Африки, рассматривают неформальную занятость, как способ роста городского населения. Некоторые развивающиеся страны, такие как Перу, видят в неформальном секторе «другой путь» для решения проблемы нищеты и нестабильности [4].

Тем не менее, несмотря на все исследователи рассматривают неформальную занятость, как нежелательное явление, связывают ее с теневой экономикой, уклонением от уплаты налогов. Исследователи, также, считают, что неформальная занятость характеризует доверие и эффективность институтов, спрос на труд и предложение рабочей силы, самозанятость, мобильность рабочих, гибкость рынка труда, социальное обеспечение и т.д. [3].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ахмадеев, Д.Р. Институциональные условия неформальной занятости в современной России [Электронный ресурс] / дисс. канд. эк. наук. – М.: 2015. — URL: [http://www.fa.ru/dep/ods/autorefs/Documents/2016%D0%B3%D0%BE%D0%B4/2016_01/%D0%90%D1%85%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%B5%D0%B2_%D0%94%D0%A0/%D0%90%D1%85%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%B5%D0%B2%20%D0%94.%D0%A0.%20\(%D0%B4%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F\).pdf](http://www.fa.ru/dep/ods/autorefs/Documents/2016%D0%B3%D0%BE%D0%B4/2016_01/%D0%90%D1%85%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%B5%D0%B2_%D0%94%D0%A0/%D0%90%D1%85%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%B5%D0%B2%20%D0%94.%D0%A0.%20(%D0%B4%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F).pdf) (дата обращения: 17.12.2016).

2. Барсукова С.Ю. Неформальная экономика: понятие, структура [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/v/neformalnaya-ekonomika-ponyatie-struktura> (Дата обращения: 10.10.2017)
3. Hazans, M. What Explains Prevalence of Informal Employment in European Countries: The Role of Labor Institutions, Governance, Immigrants, and Growth [Электронный ресурс]: <http://ftp.iza.org/dp5872.pdf> (Дата обращения: 10.10.2017)
4. Liang, Z. Informal Employment in China: Trends, Patterns and Determinants of Entry [Электронный ресурс]: <http://ftp.iza.org/dp10139.pdf> (Дата обращения: 10.10.2017)
5. Lehmann, H. Informal Employment in Transition Countries: Empirical Evidence and Research Challenges [Электронный ресурс]: <http://ftp.iza.org/dp8687.pdf> (Дата обращения: 10.10.2017)

Хакимова И.Ф.

магистрант

Тюменский государственный университет

г. Тюмень, Российская Федерация

РЫНОК ТРУДА В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ

Аннотация: в данной статье описываются результаты анализа показателей, характеризующих уровень безработицы и занятости населения в Тюменской области. Выявлены основные перспективные отрасли и профессии на рынке труда, а так же указан ряд мероприятий по увеличению уровня занятости в Тюменской области.

Ключевые слова: экономическое развитие, рынок труда, безработица, занятость и трудоустройство, государственное регулирование, экономическая политика.

Занятость и безработица - одни из ключевых факторов, характеризующих развитие экономики, как в регионе, так и в стране в целом. Изменение уровня занятости является одним из векторов, указывающих на изменение уровня жизни населения, наличия квалифицированной рабочей силы, уровня эмиграции и даже уровня преступности. Рост обратного показателя занятости - безработицы ведет к усилению маргинализации населения, обострению социальной напряженности, ухудшению социально-психологического климата в обществе [3].

Показатели занятости и безработицы в России являются очень дифференцированы по округам. По данным Росстата самая низкая безработица в мае 2017 года была и остается в Центральном федеральном округе - 3,4%, самая высокая в Северо-Кавказском округе - 11,4%, а в Уральском округе она

составила 5,8% [4]. Самое большое количество по численности безработных было установлено в Челябинской области (130,2 тыс. чел) и Свердловской области (128,2 тыс. чел). Тюменская область по численности находится на третьем месте по безработице в своем округе (77,5 тыс. чел., из которых значительную часть занимает Ханты-Мансийский округ – 29,6 тыс. чел.).

Анализ рынка труда в Тюменской области (не включая автономные округа) за 2016 год показал, что численность рабочей силы (в возрасте 15-72 лет) в Тюменской области возросла и на конец 2016 года составила 716, 8 тыс. чел. или 67,1 % (против 66,5% в 2015 году). По данным Тюменьстата, численность работающих распределена следующим образом: часть (12,7%) занята в организациях оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования, в обрабатывающих производствах (11,8%), в организациях, занимающихся операциями с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг (10,8%), в строительстве (10,6%), в учреждениях здравоохранения и предоставления социальных услуг (9,9%), в образовании (9,9%), на транспорте и связи (9,6%), в органах государственного управления и обеспечения военной безопасности, социального страхования (7,6%). Структура работающих по видам экономической деятельности в сравнении с предыдущим годом изменилась незначительно. В организациях (без субъектов малого предпринимательства) трудилось 72,7% общей численности работников (в 2015 году – 73,7%).

Уровень общей безработицы соответственно сократился по сравнению с прошлым годом (рис.1) и составил 5,6% (против 6,2% в 2015 году), что явилось ниже среднего значения по Курганской, Свердловской, Челябинской областям.

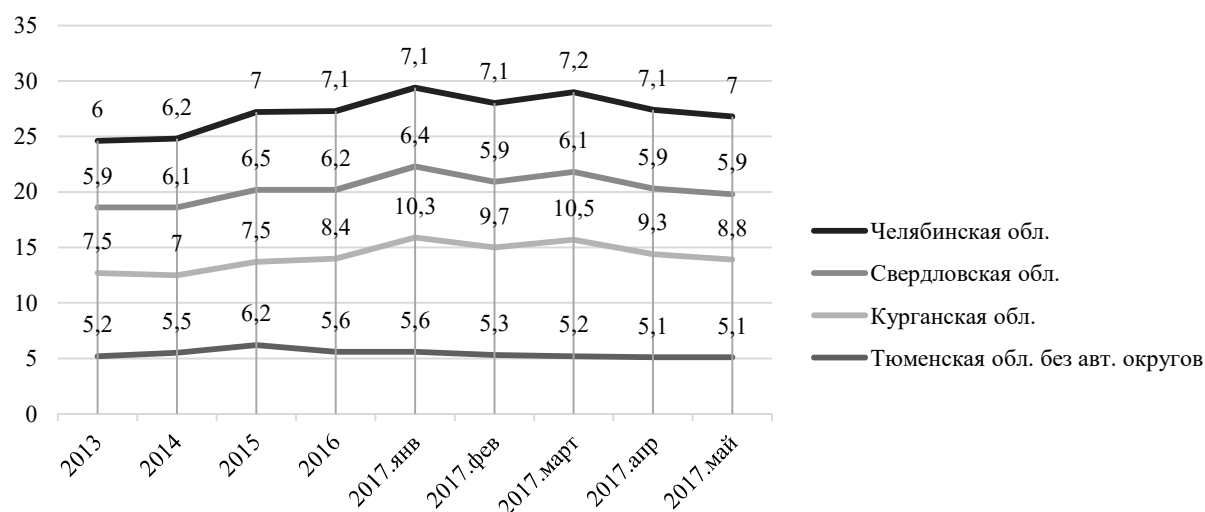


Рисунок 1 – Динамика уровня безработицы в Уральском федеральном округе за период 2013 – 2017 года, %

Тенденция сокращения численности безработных сокращалась до апреля 2017 включительно (рис.2), но в мае значение увеличилось на 3,5 тыс. чел.

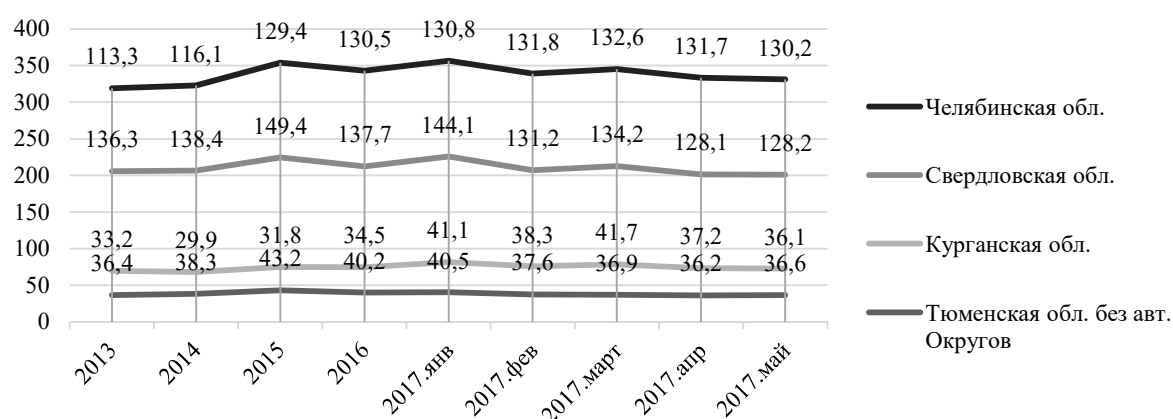


Рисунок 2 - Динамика численности безработных в Уральском федеральном округе за период 2013 – 2017 года, тыс. чел.

Стоит отметить, что на 2017 год Постановлением Правительства РФ от 08.12.2016 N 1326 было установлено максимальное и минимальное пособие по безработице в размере 4 900 и 850 рублей соответственно [1]. Интересный факт, что на просторах интернета можно встретить форумы, на которых обсуждают тему дохода с помощью пособий по безработице. Так, например, на тюменском форуме (72.ru) можно встретить различные комментарии о пособиях по безработице. Один из них оставила женщина, являющаяся бухгалтером по профессии с опытом работы в школе более 20 лет. По данным Тюменьстата, в 2016 году в Тюменской области было уволено 860 человек. Наибольшее число пришлось на организации государственного управления и обеспечения военной безопасности, социального страхования (32,4%). Эта женщина так же попала в этот список. На форуме она рассказала о том, что встав на учет в центр занятости, ей поступало много предложений, которые ее не устраивали. Изначально женщина посещала каждого работодателя в поисках работы, а потом, как она пишет: «...я поняла, что мне легче дождаться пенсии...Стою в центре занятости, и мой стаж идет, и получаю небольшое пособие (4 900 рублей). В моем возрасте мне выгоднее так, чем работать за копейки или переучиваться». По последним данным, такое пособие может покрыть только половину прожиточного минимума в Тюменской области, который составил 9 855 рублей на конец 2016 года. Среднестатистическому человеку в Тюменской области хватит только на минимальный набор продуктов питания, который в декабре 2016 года был оценен в 4000,7 рублей на одного человека. На эту сумму можно он может приобрести хлеб, крупы, макаронные изделия (22,9% общей суммы), 19,7% потратить на молочные продукты, 18% – на мясопродукты, 14,8 % – на плоды, овощи и картофель [5].

По словам Сергея Гайджари, начальника управления по взаимодействию с подведомственными учреждениями областного департамента труда и занятости населения, большинство безработных в Тюменской области – это бухгалтеры, экономисты, юристы, рекламные агенты, делопроизводители. Что

касаемо сферы занятости, то сейчас в Тюменской области востребованы рабочие профессии. На них приходится около 70% вакансий. Если рассматривать ситуацию востребованности по сферам занятости, то по итогам 2016 года, самые оплачиваемые профессии были в организациях химического производства, где уровень заработной платы находился выше среднего и составил 128,3 тыс. рублей. Так же в организациях, осуществляющих добычу топливно-энергетических полезных ископаемых (124,9 тыс. рублей), в сфере воздушного транспорта (96,2 тыс. рублей), в организациях, занимающихся научными исследованиями и разработками (87,3 тыс. рублей), производством нефтепродуктов (70,9 тыс. рублей) и финансовым посредничеством (67,0 тыс. рублей). Организации, работающие в востребованных сферах в Тюменской области развиваются по всем направлениям, в том числе в направлении управления персоналом. Так, например, с начала 2017 года на базе Учебно-курсового комбината «Тюменнефтекомплектгазстрой» организовано опережающее профессиональное обучение для 50 работников предприятия, реализующего приоритетное направление инвестиционной деятельности — производство стеклотары в УРФО. Обучение ведется по профессиям: стропальщик, оператор очистных сооружений, слесарь по эксплуатации и ремонту газового оборудования, выполнение газоопасных работ и другие. После завершения учебы все специалисты вернутся на свое предприятие, где будут работать уже по полученной профессии.

Для увеличения занятости и сокращения безработицы в Тюменской области необходимо организовывать больше таких мероприятий по обучению. Помимо этого требуется ряд других средств, таких как:

- 1) проведение активной государственной политики в сфере занятости и регулировании спроса на труд (обновлять/совершенствовать критерии подбора персонала, пересматривать ответственность работодателя, квотировать рабочие места, стимулировать самозанятость населения и т.д.);

- 2) совершенствование качественного состава трудовых ресурсов в соответствии с изменениями в экономике при участии служб занятости

совместно с органами образования и работодателями;

3) разработка механизма профессиональной и территориальной мобильности работников, ориентация профессиональной подготовки и переподготовки безработных на будущие потребности рынка труда;

4) содействие работодателям в создании эффективных рабочих мест, отвечающих современным требованиям, а также увеличивать расходы на переобучение и переподготовку персонала организаций с целью повышения его качества и конкурентоспособности и трудоустройства и другие [2].

Современные условия требуют постоянных инноваций, в том числе инноваций на рынке труда. Именно поэтому государство не должно полагаться на саморегулирующуюся роль рынка в вопросах занятости, а активно вмешиваться в этот процесс и «идти в ногу со временем».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. О размерах минимальной и максимальной величин пособия по безработице на 2017 год: Постановление Правительства РФ от 8 декабря 2016 г. N 1326. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/hotlaw/federal/1045772/> (дата обращения 20.07.2017);

2. Богаченко, Е.Д., Колколова, Е.В. Занятость в инновационной сфере российской экономики с позиции концепции достойного труда / Е.Д. Богаченко, Е.В. Колколова // Бизнес. Образование. Право. - 2014. - № 2. С. 217-222.

3. Вукович, Г.Г., Бухтаяров, А.А. Особенности социально-трудовых отношений в России / Г.Г. Вукович, А.А. Бухтаяров // Современные наукоемкие технологии. - 2008. - № 1. С. 106.

4. Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d02/101.htm (дата обращения 18.07.2017);

5. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС). - Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/43062#> (дата обращения 20.07.2017).

Раздел VI. Национальная экономика

Брындин Е.Г.

Член Международной Американской Академии Образования
Директор - Исследовательский центр «ЕСТЕСТВОИНФОРМАТИКА»
г. Новосибирск, Россия

ОПТИМАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКОЙ

1. Управление инновационной сельскохозяйственной экономикой

Внедрение в практику экономического управления принципа двойственности Канторовича–Купманса является основой построения единой технологии экономического управления. Только во взаимно согласованных решениях сопряженных задач производственно–технологического типа и денежного обращения выполняется равенство:

$$y * b = c * x, \quad (1)$$

где

y – вектор рыночных цен конечного продукта,

b – вектор конечного продукта,

c – вектор доли валовой добавленной стоимости (ВДС) в данной технологии выпуска товара или услуг x ,

x – вектор выпуска при данной технологии развития.

Равенство (1), установленное решением двух сопряженных задач управления, определяет научно–технологический характер развития экономики, и двигает ее на нужном направлении инновационного развития.

Под этапом инновационного развития стран мира понимается целая эпоха развития глобальных структур с высокотехнологичными производствами, которые приводят к замещению человеческого труда финансовым капиталом с одновременным ростом НДС в структуре выпуска. Особенность инновационного развития состоит в том, что не ресурсы, а их цены играют

ключевую роль в развитии конкурентоспособности стран мира: цена труда, цена капитала, цена любого другого производственного ресурса.

По принципу двойственности Канторовича–Купманса имеются две взаимообусловленные цены – y и c , два вида продукта – b и x , две пары сопряженных задач экономического управления: прямая задача определяет y и b , симметричная задача определяет c и x . Только оптимальные решения этих задач управления удовлетворяют приведенному выше равенству (1). Если менеджер предприятия или предприниматель хочет добиться производства нормальной добавленной стоимости, то следует ему выбрать вариант развития с совершенной технологией производства, т. е. с высокой ценой выпуска, с большим значением коэффициента c . При этом происходит экономия промежуточного потребления и растет доля ВДС в структуре единицы выпуска. Следовательно, управляемой становится цена конечного продукта – y для обеспечения стартовой нормы здоровой жизнедеятельности.

В целом, уровень ВДС в структуре выпуска служит фактором, определяющим динамику цен конечного продукта, а принцип двойственности как инструмент менеджера производства, выполняет функцию экономии ресурсов. В итоге качество проектирования технологии производства становится индикатором качества экономического управления.

Дж. Мартино считает, что проектный менеджмент, в основе которого находится технологическое прогнозирование, является одним из наукоемких видов экономической деятельности, на что, к сожалению, экономическая наука уделяет мало внимание. Необходимо развитие маркетинговых услуг по прогнозированию структуры совокупного спроса на товары и услуги;

Принцип двойственности решения двух сопряженных задач экономического управления обеспечивает соразмерность, сопряженность и согласованность финансовых и товарных потоков на уровне макроэкономики путем увеличения ВДС в совокупном выпуске за счет выбора производств, основанных на непрерывном технологическом прогрессе и наукоемких вариантах инновационного развития. При этом изменения рыночных цен

конечного продукта выполняют социальную функцию и служат индикаторами оценки принятых управленческих решений. Тем самым технологический прогресс займет свое достойное место в управляемой экономике, а за рыночными ценами закрепляется лишь контрольная функция в процессе оперативного мониторинга обеспечением населения стартовой нормой продуктов, товаров и услуг здоровой жизнедеятельности [1-2].

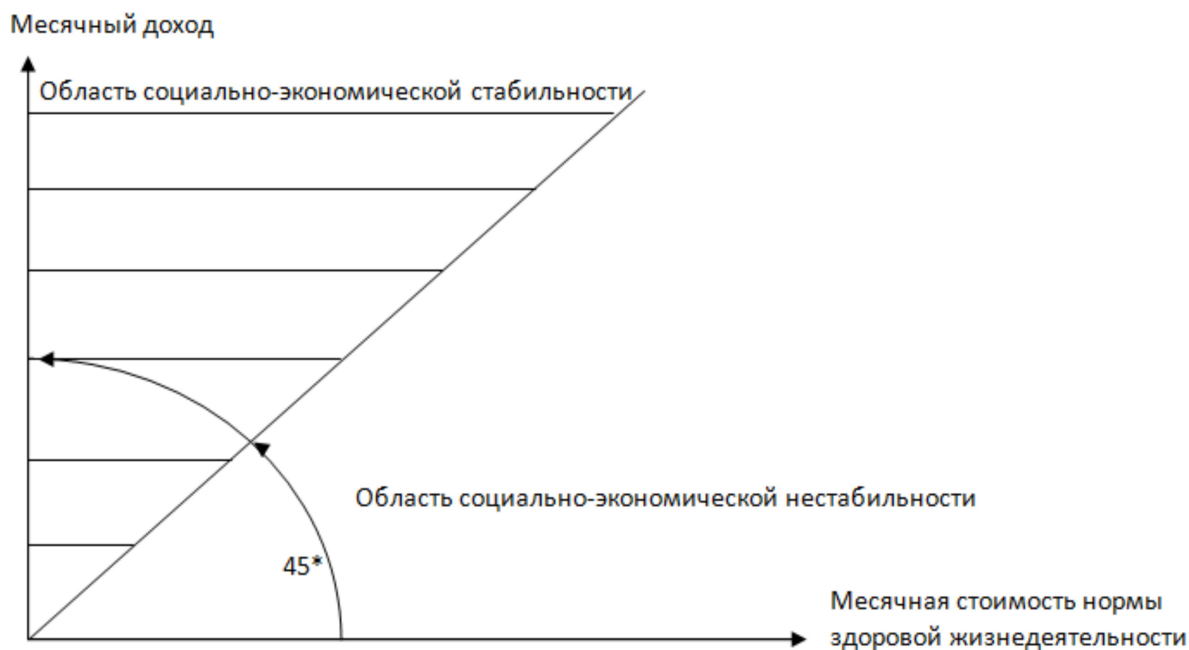
Важность внедрения проектного менеджмента в технологию экономического управления состоит в том, что прорывные инновации становятся основными компонентами развития страны. В целом, соразмерность, сопряженность и согласованность денежных и товарных потоков в процессе выбора инновационной технологии производства товаров и услуг позволяет добиться успеха в обеспечении ее устойчивого развития. Созидание такой системной технологии экономического управления - это одна из основных функций профессиональной власти и интеллектуальной нации.

Качественный метод оплаты труда Нефедова позволяет нормировать прибыль предприятия, необходимую на его инновационное развитие. Нормальная прибыль в качестве элемента издержек производства определяется пропорционально фонду оплаты труда, что не противоречит принципу двойственности Канторовича–Купманса.

Преимущество новой технологии управления сельхоз экономикой состоит в гармонизации интересов всех участников производства на добавочную прибыль, развитии маркетинговые услуги по прогнозированию структуры совокупного спроса на продукты сельхозпродукции, что позволяет выбрать единую единицу измерения затрат и результатов производства сельхозпродуктов.

2. Социально-экономические результаты

Оптимальное управление инновационной сельскохозяйственной экономикой поддерживает социально-экономическую стабильность населения стартовой социально-экономической нормой здоровой жизни путем справедливого ценообразования [2].



Пусть $\{X_i\}$ – множество товаров на рынке, где $i = 1 \dots n$;

X_i – количество i -ого товара;

C_i – стоимость ресурсов на производство X_i товара;

K_i – количество сотрудников участвующих в производстве и реализации X_i товара;

НЗЖ – норма здоровой жизнедеятельности;

ΦZ_i – фонд заработной платы сотрудников участвующих в производстве и реализации X_i товара; где $\Phi Z_i \geq (K_i \times \text{НЗЖ})$ для всех i ;

P_i – прибыль от реализации X_i товара на рынке, где $P_i > \Phi Z_i$ для всех i ;

U_i – цена i -ого товара на рынке;

K – количество населения;

P – совокупная рыночная прибыль, где $P = \sum P_i$ и;

Если $U_i > (\Phi Z_i + C_i) : K_i$ для всех i ; то $P : K \geq \text{НЗЖ}$; (2)

Если $\Phi Z_i < (K_i \times \text{НЗЖ})$, то увеличивается U_i , чтобы $U_i > (\Phi Z_i + C_i) : K_i$.

Если финансовые балансы всех уровней обеспечивают условие 2, то они поддерживают социально-экономическую стабильность населения.

Оптимальное управление инновационной сельскохозяйственной экономикой формирует бюджетные, инновационные, инвестиционные,

хозрасчетные и самофинансируемые экономические процессы, соразмерные, сопряженные и согласованные по времени и территориально, по отраслям, по природным и человеческим ресурсам, по интеллектуальной и производственной собственности, по спросу и предложению, по качеству и количеству, по затратам и прибыли, по заработной плате и цене, по обеспечению достатка каждого человека и семьи, по восполнению ресурсов, по развитию цифрового сектора сельхоз индустрии [3-7].

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ:

1. Брындин Е.Г. Оптимальная структура экономики. Межд. науч. жур. «Экономика и предпринимательство», №4. М. 2010. С. 19-26.
2. E.G. Bryndin. Transition to health saving up innovative economy. Journal of international scientific researches, V. 5, N. 1. 2013. P. 65-67
3. Брындин Е.Г. Организация и управление инновационной экономикой. Межд. науч. жур. «Экономика и предпринимательство», №6. М. 2010. С. 18-23.
4. E.G.Bryndin. Global economic stabilization. Journal «International scientific researches», V. 4, N. 2. 2012. P. 73-76.
5. Брындин Е.Г. Креативное управление диверсифицированной экономикой. Труды Восьмой межд. конф. «Управление развитием крупномасштабных систем (MLSD'2015)». Т. 1. – М.: ИПУ РАН, 2015. С. 379-383.
6. Брындин Е.Г. Экономический аспект глобального благосостояния. Международная конференция: «XXIII Кондратьевские чтения: Тупики глобальной экономики, поиск новой научной парадигмы». М., МООСИПНН Н.Д. Кондратьева.2016. С. 32-37.
7. Брындин Е.Г. Развитие цифрового сектора экономики. *Материалы V Тюменского международного социологического Форума: «Динамика социальной трансформации Российского общества: региональные аспекты».* Тюменский Государственный Университет. 2017. С. 982-986.

Катеров А.А.

студент,

Ишимский педагогический институт им. П.П. Ершова (филиал)

Тюменского государственного университета, г. Ишим

Иванова С.А.

кандидат экономических наук,

Тюменский государственный университет, г. Тюмень

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ И ПОИСКА НЕТРАДИЦИОННЫХ ЗАПАСОВ КАК ФУНДАМЕНТ РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ РФ

Многие ученые, географы, специалисты утверждают, что добыча простых углеводородов уже подходит к концу, и нужно искать другие способы поиска куда-более трудных залежей углеводородов. Для нашей страны обозначенная проблема очень актуальна, поскольку на данный момент Россия занимает первое место по добыче нефти и второе по газу (по данным Статистического Ежегодника мировой экономики) [5], и чтобы ей сохранить лидирующие позиции в данных отраслях, необходимо создать ряд мер по развитию, созданию новых способов и технологий разработки нетрадиционных запасов нефти.

Трудноизвлекаемые запасы нефти сегодня объединяются в совокупность разнородных геологических и экономических понятий, содержащих нерентабельность освоения, высокие риски поиска и разведки, отсутствие испытательных методик и технологий, цену на нефть и т.д. Объемы нетрадиционных ресурсов нефти и газа в планетарном масштабе оцениваются значительно выше ресурсов, извлекаемых сегодня с применением традиционных технологий. Доля трудноизвлекаемых запасов растет с каждым годом, для их извлечения применяются дорогостоящие технологии и, соответственно, увеличивается себестоимость добычи углеводородного сырья [1].

Вместе с тем, Министерство энергетики РФ прогнозирует более чем двухкратное увеличение добычи трудноизвлекаемых запасов нефти в материковой части России к 2035 г. — с 35 млн. до 80 млн. тонн в год. С точки зрения добычи приоритетом является вовлечение в добычу трудноизвлекаемых запасов, прежде всего баженовской свиты, а также стимулирование добычи нетрадиционных залежей. Сейчас уровень добычи ТРИЗ составляет примерно 37 миллионов тонн, при росте примерно 1,2–1,3% в абсолютном значении по объёму добычи. При данных темпах в 2035 году объём трудноизвлекаемых запасов по сухопутной части может составить около 80 млн. тонн [2].

Баженовская свита — горизонт горных пород, выявленных в центральной части Западной Сибири на глубинах 2-3 тыс. м. По оптимистичным оценкам геологов ресурсы нефти в пластах баженовской свиты только на территории Западной Сибири могут достигать 100-170 млрд тонн. Залежи распространены на площади около 1 млн кв. км, при этом имеют толщину — от 10 до 100 м. Баженовская свита относится к категории нетрадиционных запасов, содержащих так называемую сланцевую нефть, ее освоение находится на стадии подбора технологических решений для полномасштабной разработки. Разработка нетрадиционных запасов, в том числе баженовской свиты — одна из стратегических задач «Газпром нефти». В рамках принятой в компании Технологической стратегии, «Газпром нефть» создает и адаптирует новые технологии для повышения эффективности работы с нетрадиционными запасами. В составе консорциума Научно-технический центр «Газпром нефти» участвует в федеральной программе по исследованию баженовской свиты. Данная программа имела ряд достижений:

- ✓ впервые в России был создан подход к подсчету запасов и оценке ресурсов баженовской свиты;
- ✓ разработка технологии экспресс-исследования физических свойств баженовской свиты;

✓ появление первого и пока единственного в мире ИТ-продукта, разработанного непосредственно для моделирования трещин ГРП в баженовских отложениях;

✓ подтверждена возможность генерации нефти из керогена баженовской свиты, и др. [3].

Доманик и Битуминозная нефть. За данные сланцевые отложения взяла на себя ответственность компания «Татнефть». Доманиковыми отложениями или сланцевой нефтью, которые находятся преимущественно на Булгарском участке, «Татнефть» начала заниматься с 2012 года. Её ресурсы, по оцениваются в Татарстане как очень большие - 4-16 млрд тонн.

В 2016 году «Татнефть» добыла 64 тыс. тонн сланцевой нефти. В настоящее время её добывается в опытном порядке примерно 180 тонн в сутки. Работают 54 скважины. Среди них горизонтальная скважина №2917 пробурена специально для доманиковых отложений. Есть также скважины, пробуренные в свое время на другие пласты, затем перфорированные на доманик.

В рамках программы на 2017-2018 годы по доманиковым отложениям запланирована их детализация. Она охватывает практически все нефтегазодобывающие управления «Татнефти», есть такая же программа по малым нефтяным компаниям.

На данный момент отрабатываются различные способы - бурение горизонтальных скважин, многозонный гидроразрыв пласта. Так же ведется поиск составов для более эффективной и длительной работы скважин после гидроразрыва пласта.

Что касается битуминозной нефти (Елаурский участок), в этой части Татарстан является лидером в РФ. Суточную добычу битуминозной нефти «Татнефть» к настоящему времени довела почти до 4 тыс. тонн (около 30 тыс. баррелей). Планируется по итогам 2017 года добыть около 1,5 млн тонн этого вида нефти. В дальнейшем предполагается стабилизировать добычу на достигнутом уровне или наращивать объем [4].

Таким образом, необходим широкий комплекс процедур по вовлечению в изучение трудноизвлекаемых запасов и нетрадиционных ресурсов углеводородного сырья. В этой связи в качестве первоочередных задач должны рассматриваться повышение качества и детальности геологических моделей продуктивных и перспективных толщ, резервуаров и отдельных пластов. На основе геологического моделирования регионального и локального масштабов необходима выработка приемлемых поисковых и разведочных критериев. К примеру, это совершенствование методик проведения геофизических и геохимических съемок, методов обработки и комплексному трактованию результатов геологоразведочных работ, технологии бурения и вскрытия пластов. Необходима разработка технологических решений освоения трудноизвлекаемых запасов с использованием соответствующего оборудования, рассчитанного, в том числе на эксплуатацию в условиях повышенных давлений и температур. Важнейшими являются учет социально-экономических аспектов, гибкое законодательное и налоговое регулирование.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Трудноизвлекаемые запасы и нетрадиционные объекты УВ-сырья Западной Сибири. Журнал «Науки о Земле». URL: http://www.gkz-rf.ru/sites/default/files/news_docs/statya_brehuncova_no_3-2017-2.pdf (дата обращения: 10.10.2017)
2. Добыча трудноизвлекаемых полезных ископаемых в РФ к 2035 г. может достичь 80 млн т – Минэнерго. Национальный отраслевой журнал «Нефтегазовая вертикаль». URL: http://www.ngv.ru/news/dobycha_trudnoizvlekaemykh_poleznykh_iskopaemykh_v_rf_k_2035_g_mozhet_dostich_80 mln_t_minenergo/?sphrase_id=8356819 (дата обращения: 07.10.2017)
3. «Газпром нефть» и МФТИ в рамках госпрограммы создали новые технологии разработки нетрадиционных запасов. URL:

https://mipt.ru/news/gazprom_neft_i_mfti_v_ramkakh_gosprogrammy_sozdali_novye_tekhnologii_razrabotki_netraditsionnykh_zap (дата обращения: 12.10.2017)

4. Поиск нетрадиционных запасов в нетрадиционных коллекторах. Ассоциация независимых нефтегазодобывающих организаций. URL: <http://www.assoneft.ru/activities/press-centre/tek/4117/> (дата обращения: 11.10.2017)

5. BP Statistical Review of World Energy June 2017 URL: <https://www.bp.com/content/dam/bp/en/corporate/pdf/energy-economics/statistical-review-2017/bp-statistical-review-of-world-energy-2017-full-report.pdf> (дата обращения: 11.10.17).

Минханова А.Б.

Студентка магистратуры 28Эм161з группы

Тюменский государственный университет

Тюмень, Россия

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Стабильный экономический рост зависит от большого количества факторов, основным из которых является развитие малого бизнеса.

Малый бизнес обладает огромным творческим потенциалом, приносит необходимую гибкость рыночной экономике, привлекает финансовые, трудовые и производственные ресурсы, решает многие проблемы социально-экономического развития и, безусловно, оказывает значительное влияние на потребительский рынок страны. В результате многогранная поддержка деятельности малых предприятий органами государственного и муниципального управления на всех уровнях становится особой задачей.

Поэтому это очень важно для региональной экономики, поскольку взаимосвязь малого бизнеса с региональным экономическим комплексом основана на взаимных интересах.

Малым предпринимательством признается самостоятельная, которая осуществляет на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг юридическими и физическими лицами, зарегистрированными в качестве субъектов малого предпринимательства [1].

Таблица.

Критерии классификации бизнеса как субъекта малого бизнеса

Критерии	Малое предпринимательство
Суммарная доля участия в уставном (складочном) капитале:	Не более 25%

- РФ, субъектов РФ, муниципальных образований; - общественных и религиозных организаций (объединений); - благотворительных и иных фондов.	
Суммарная доля участия иностранных юридических лиц и (или) юридических лиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства	Не более 49%
Среднесписочная численность работников за предшествующий календарный год хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств, производственных кооперативов, потребительских кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйств, индивидуальных предпринимателей	До 100 человек Для микропредприятий – до 15 человек
Выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета НДС за предшествующий календарный год	400 млн. руб. Для микропредприятий – 60 млн. руб.

Источник: [1].

Предпринимательство может быть представлено производственной, финансово-коммерческой, инновационной деятельностью, консалтинговыми и аудиторскими компаниями. Производственную деятельность можно назвать ведущим типом предпринимательства. Здесь говорится о производстве продукции и товаров, строительных и сельскохозяйственных работ, транспортных и коммуникационных операциях. Производственная функция является основной для предпринимателя, поскольку он использует все факторы производства - труд, производственные активы, материалы, информацию [3, с. 80].

Роль малого бизнеса выражается в классических задачах, которые малые предприятия решают в развитых странах. Это, прежде всего, сглаживание колебаний экономической конъюнктуры; развитие здоровой конкурентной среды экономики; формирование диверсифицированных товаров и услуг; создание большего числа новых рабочих мест; развитие инновационного потенциала экономики.

Государственная политика в области развития малого предпринимательства в Российской Федерации является частью государственной социально-экономической политики. Государственная финансовая программа поддержки малого бизнеса реализуется Министерством экономического развития Российской Федерации [1].

Согласно федеральному законодательству, государственная поддержка малого бизнеса должна осуществляться в таких областях, как создание инфраструктуры поддержки и развития малого бизнеса; создание льготных условий использования субъектами малого бизнеса государственных финансовых, материально-технических и информационных ресурсов; создание упрощенной системы регистрации субъектов малого бизнеса; поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов малого предпринимательства; обучение персонала для малых предприятий и т. д.

Самым привлекательным регионом для активного развития малого бизнеса является Тюменская область, поскольку он имеет выгодное географическое положение, множество природных условий, активную и развивающуюся инфраструктуру.

В Тюменской области наиболее активно функционируют определенные объекты инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства:

- Фонд «Инвестиционное агентство Тюменской области»;
- Фонд микрофинансирования Тюменской области;
- Гарантийный фонд;
- Центр поддержки предпринимательства;
- Центр координации поддержки экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства;
- Государственное бюджетное учреждение Тюменской области «Областной бизнес-инкубатор» (отделения в городах Тюмень, Тобольск, Ишим);

– Технопарк «Западно-Сибирский инновационный центр нефти и газа».

На базе Фонда «Инвестиционное агентство Тюменской области», который относится к инфраструктуре поддержки малых предприятий, создан Центр поддержки предпринимательства. Финансирование мероприятия осуществляется путем передачи имущественного вклада. В целях развития предпринимательской деятельности и повышения экономической и правовой грамотности деловых кругов Центр поддержки предпринимательства в муниципальных образованиях Тюменской области проводит семинары с федеральными органами власти по действительно актуальным вопросам.

Для содействия и обеспечения деятельности ГБУ ТО «Областной бизнес-инкубатор» в рамках государственной задачи учредителя, за счет государственной программы Тюменской области «Основные направления развития малого и среднего предпринимательства» до 2020 года по состоянию на 01.01.2017 было профинансировано 9 412,65 тыс. руб. (средства областного бюджета).

Гарантийный фонд также осуществляет и осуществляет свою деятельность в регионе. В рамках реализации мероприятия предоставляется гарантия необеспеченной части обязательства малых (средних) хозяйствующих субъектов по кредитному соглашению с минимальной суммой обеспечения, предоставляемой небольшим (средним) хозяйственным обществом и / или третьим сторонам в размере не менее 50% от суммы обязательства Заемщика по кредитному соглашению. В общей сложности Гарантийный фонд на период эксплуатации предоставил 279 гарантий на общую сумму 795,9 млн. Рублей.

Фонд «Инвестиционное агентство Тюменской области» на 2015 год выпустил 22 целевых кредита на общую сумму 93,6 млн. Рублей. Средняя процентная ставка по выдаче кредитов составляет 8,25%.

В Тюменской области в 2016 году число малых предприятий составило 6093 предприятия, из которых в Ханты-Мансийском автономном округе - 2497 малых предприятий, в Ямало-Ненецком автономном округе - 632, на Юге

области - 2964 малых предприятий. Из этого следует, что по количеству зарегистрированных малых предприятий главенствующее положение занимает Юг области. На данный момент состояние малого бизнеса Тюменской области говорит об эффективном и действенном функционировании уровня развития малого предпринимательства в регионе.

Направления и перспективы развития малого бизнеса в области определены в государственной программе Тюменской области «Развитие малого и среднего предпринимательства» до 2020 года.

Основной целью региональной государственной программы является повышение роли малого и среднего предпринимательства в развитии конкурентной экономической среды области. Эта программа преследует две задачи, а именно: содействие развитию субъектов малого и среднего предпринимательства; создание условий для повышения объема выпуска конкурентоспособной продукции (работ, услуг) малого и среднего предпринимательства, продвижение ее на внутреннем и внешнем рынках.

Всего в 2015–2020 годах на реализацию мероприятий Программой предусматривается 1 656 166,23367 тыс. рублей, из них на 2017 год приходится 214 278,12967 тыс. рублей [2].

Реализация программных мероприятий по развитию малого и среднего бизнеса в Тюменской области повысит эффективность государственного управления социально-экономическим развитием региона, обеспечит достижение этих целей государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства.

Таким образом, в Тюменской области создана хорошо развитая инфраструктура для поддержки малого бизнеса, объекты которой обеспечивают целенаправленную финансовую поддержку. Правительство Тюменской области оказывает широкую поддержку малым предприятиям, реализующим инвестиционные проекты в приоритетных областях развития региона.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 26.07.2017) – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/ (дата обращения: 09.10.2017)
2. Развитие малого и среднего предпринимательства до 2020 года – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/423978726> (дата обращения: 09.10.2017)
3. Буздалина, О.Б. Развитие государственной финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства в условиях экономической неопределенности: Монография. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2015. – 86 с.

Обруч Г.Ю.

студент ТюмГУ

Филюшина М.А.

студент ТюмГУ

г.Тюмень, Россия

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ В НЕФТЕДОБЫВАЮЩЕМ СЕКТОРЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ВОЗМОЖНОСТИ

Экспортно-сырьевая модель экономики, сформировавшаяся в России более десятилетия назад, становится малоэффективной в современных экономических условиях. Она имеет множество недостатков, связанных с сильной зависимостью направлений экономической политики государства от различных макроэкономических факторов.

На основании данных, представленных на рисунке 1 и 2, можно сделать вывод о том, что динамики валового внутреннего продукта России и мировых цен на нефть марки Brent демонстрируют схожую тенденцию: изменения, происходящие на внешнем рынке, приводят к нестабильности национальной экономики страны. Именно поэтому возникает острая необходимость перехода национальной экономики на иную модель развития, способную обеспечить устойчивый рост и макроэкономическую стабильность государства в целом.

Однако данный переход связан с серьезными изменениями практически во всех сферах общественной жизни, поэтому полностью обеспечить его реализацию планируется лишь к 2030 году. На основании вышеперечисленного в современных условиях макроэкономической нестабильности необходимо уделять особое внимание сырьевой отрасли экономики как основному источнику формирования налоговых доходов федерального бюджета Российской Федерации.

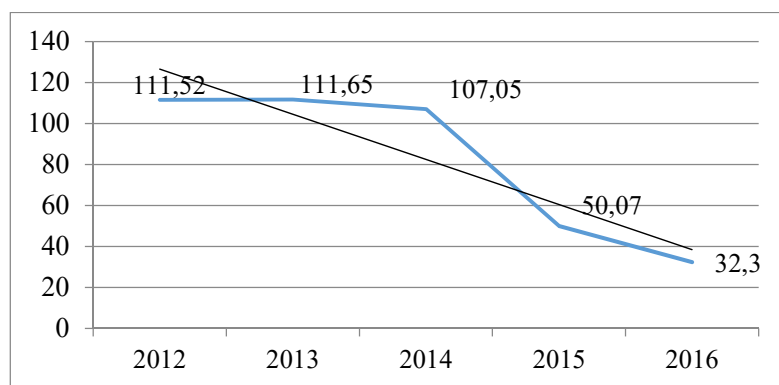


Рисунок 1. Динамика цен на нефть марки Brent (USD за баррель)

Источник: [ЗАО «Интерфакс»]

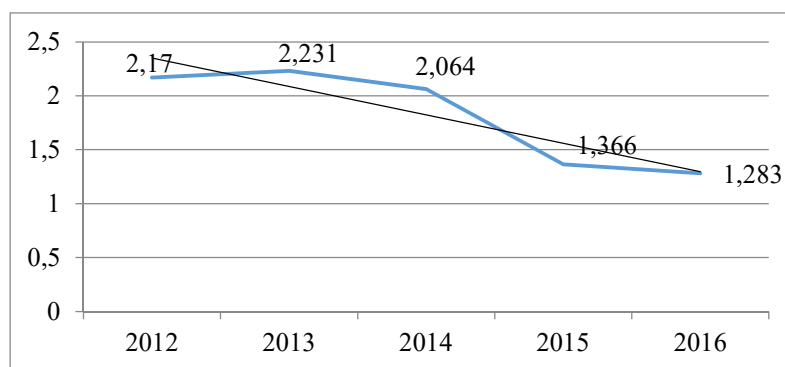


Рисунок 2. Динамика ВВП России (трлн.долларов США)

Источник: [The World Bank]

Нефтегазовый сектор играет одну из ведущих ролей в национальной экономике России. Более того, именно предприятия нефтегазовой отрасли являются крупнейшими налогоплательщиками. Главный обязательный платеж, который уплачивают субъекты данной отрасли – налог на добычу полезных ископаемых (далее – НДПИ) – это прямой федеральный налог, взимаемый с недропользователей, в том числе с предприятий нефтегазовой сферы. Фундаментальные положения об уплате НДПИ содержатся в 26 главе Налогового Кодекса Российской Федерации.

Необходимо отметить, что на протяжении анализируемого периода (2012 – 2016 гг.) НДПИ составлял чуть меньше половины от общей структуры налоговых поступлений федерального бюджета России: это позволяет сделать вывод о том, что данный налог является бюджетообразующим (Рис.3). Следовательно, оптимизация механизма данного налога крайне важна для экономики российского государства в целом.

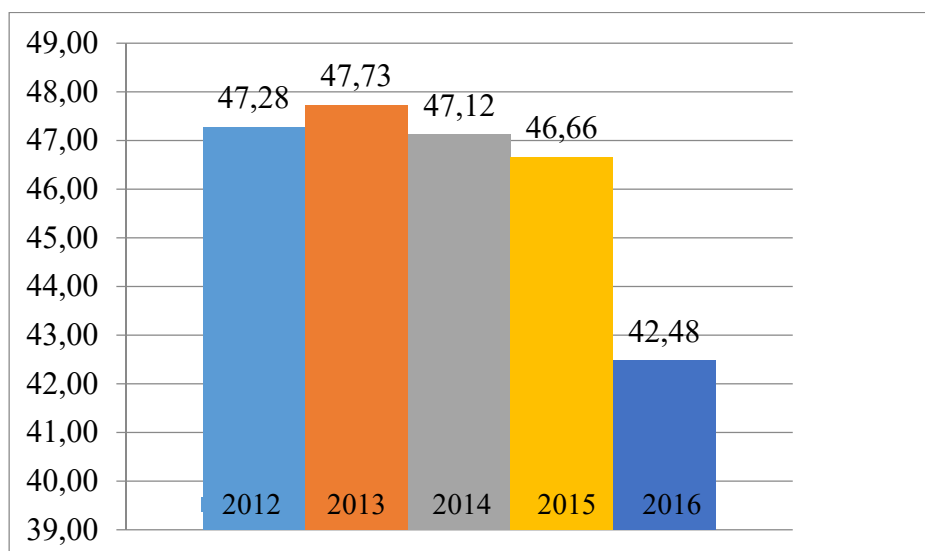


Рисунок 3. Удельный вес НДПИ в общем объеме поступлений в
Федеральный Бюджет РФ

Источник: [Электронный бюджет РФ]

Таблица 1

Данные по налогам, входящих в состав налога на добычу полезных
ископаемых (млрд.руб.)

	2012	2013	2014	2015	2016
НДПИ	2420,51	2535,26	2857,96	3159,99	2863,5
Налог на добычу полезных ископаемых в виде углеводородного сырья	2399,75	2514,55	2836,8	3130,44	2830,00
Налог на добычу прочих полезных ископаемых (за исключением полезных ископаемых в виде природных алмазов)	14,61	14,74	15,3	20,4	21,35
Налог на добычу полезных ископаемых на континентальном шельфе РФ, в исключительной экономической зоне РФ, при добыче полезных ископаемых из недр за пределами территории РФ	2,8	2,59	2,85	5,38	8,28
Налог на добычу полезных ископаемых в виде угля	3,35	3,57	3	3,77	3,87

Источник: [Электронный бюджет РФ]

Рассматривая составляющие элементы НДПИ (таблица 1), и анализируя их удельный вес в общей структуре налога, можно сделать следующий вывод: наибольший удельный вес в общей структуре НДПИ занимает налог на добычу углеводородного сырья. Данный факт свидетельствует о том, что наличие эффективной системы регулирования отношений, возникающих в данной

сфере, крайне важно, как для отдельных субъектов экономических отношений, так и для государства в целом.

Россия сегодня сохраняет лидирующие позиции на рынке нефтедобычи. На рисунке 4 отражена динамика объемов добычи нефти в России в период 2008 - 2016 гг.: наблюдается стабильный ежегодный рост объемов добываемой нефти. Но параллельное увеличение ставок по НДС (данные таблицы 2) свидетельствует об увеличении нагрузки на нефтедобывающие предприятия.

Таблица 2

Динамика размера налоговой ставки по НДС (руб/тонна)

Год	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Размер налоговой ставки (руб/тонна)	446	470	492	766	857	919

Источник: [Справочная информация КонсультантПлюс]

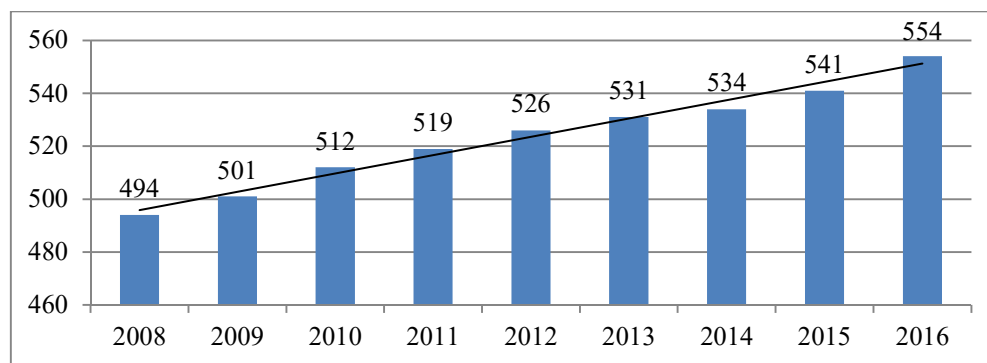


Рисунок 4. Объем добычи нефти в России в период с 2008 года по 2016 год (млн. тонн)

Источник: [BP Statistical Review of World Energy 2017]

Таким образом, сегодня возникает острая необходимость введения обоснованных мер, которые будут направлены на повышение инвестиционной привлекательности именно геологического изучения недр, а также повышение эффективности проводимых работ, как за счет пользователя недр, так и за счет государства. Кроме того, возможна корректировка налогового законодательства в части налогообложения предприятий нефтегазового сектора посредством внесения изменений в порядок расчета НДС в отношении нефти путем вычета части затрат предприятий на капитальные расходы, связанные с разработкой месторождений, проведением геологоразведочных работ и т.д., в целях

стимулирования инвестиций в отрасль и увеличения общих объемов добычи нефти в России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Динамика цен на нефть Brent [Электронный ресурс]: Яндекс новости / ЗАО «Интерфакс». - режим доступа: <https://news.yandex.ru/quotes/1006.html> (дата обращения 22.09.2017)
2. Единый портал бюджетной системы Российской Федерации [Электронный ресурс]: исполнение бюджета по расходам. URL: http://budget.gov.ru/epbs/faces/page_home?_adf.ctrl-state=mml004grp_168®ionId=71 (дата обращения 21.09.2017)
3. Консультант Плюс [Электронный ресурс]: справочная информация: "Данные, применяемые для расчета налога на добычу полезных ископаемых в отношении нефти". URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_50642/ (дата обращения 22.09.2017)
4. Мишина Д.В. Экспортно-сырьевая модель экономического роста, как фактор, препятствующий инновационному развитию России // Фундаментальные исследования. – 2014. № 9-3. – С. 644-648; URL: <https://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=34904> (дата обращения 20.09.2017)
5. Налоговый Кодекс РФ // Справочная правовая система «Консультант плюс»
6. Основные показатели работы нефтяной отрасли в 2016 году // Министерство энергетики Российской Федерации URL: <https://minenergo.gov.ru/node/910> (дата обращения: 26.09.2017).
7. The World Bank [Электронный ресурс]: GDP(current US\$). URL: <https://data.worldbank.org/country/russian-federation?view=chart> (дата обращения 20.09.2017)

Старокоров В.А.

студент 4 курса, социально-гуманитарный факультет

ИПИ им. П.П. Ершова (филиала ТюмГУ)

г. Ишим, Россия

Иванова С.А., научный руководитель

к.э.н.,

доцент кафедры экономической теории и прикладной экономики,

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»

МЕХАНИЗМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

В последнее время наблюдается эффективность от научно-исследовательских и опытно-конструктивных работ, которые взаимодействуют с социумом, что приводит к колоссальным переменам не только в укладе современного человека, но и всей экономики. Это рассматривается как следствие эмпирического вывода источников создания интеллектуального капитала, а также государственной поддержки новшеств в развитие России, ключевой стороной которой признается финансирование.

Императивом социально-экономического развития страны и преодоления его стагнационной стадии признаются инновации. Важным механизмом государственной поддержки в инновационной сфере является формирование нормативно-правовой базы. При этом меры государственной поддержки по созданию и комплексному развитию инновационной системы скоординировано осуществляются на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Основные регуляторы реализации инновационной политики в РФ включает в себя такие стратегически важные документы как:

1. Стратегия инновационного развития РФ на период до 2020 года «Инновационная Россия – 2020».

2. Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 г.

3. Федеральный закон № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике».

4. Отраслевые стратегии РФ на долгосрочную перспективу, отражающие инновационную деятельность в отраслевом разрезе (например, Энергетическая стратегия России на период до 2030 года);

5. Целевые региональные программы, в частности, Государственная программа Тюменской области «Основные направления развития научно-инновационной сферы» до 2020 года и т.д. [3].

Следует отметить, что российское законодательство в области инноваций постоянно совершенствуется. В этой связи принятый Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О статусе наукограда Российской Федерации» и Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике» (вступил в силу с 1 января 2017 года.) вводит определения таких фундаментальных понятий как «инновационный проект», «инновационная инфраструктура» и «инновационная деятельность». Более того в новом законе сформулированы основные цели и принципы государственной поддержки инновационной деятельности, определены субъекты и формы такой поддержки.

Не менее продуктивными механизмами регулирования инновационной сферы считаются экономические, основанные на учете мотивационных факторов товарного производства, особенность которых – недирективный характер и использование экономических регулятивов.

К прямым методам экономического воздействия традиционно относят: инвестирование в виде финансирования (целевого, предметно-ориентированного, проблемно-направленного), кредитования, лизинга, фондовых операций, планирование и программирование, а также государственное предпринимательство и государственные заказы.

Среди косвенных экономических методов выделяют: налоговое и амортизационное регулирование; кредитная и фондовая политика; ценовое регулирование; политика протекционизма [4].

Специфическим механизмом воздействия государства на инновационную сферу является государственно-частное партнерство (далее – ГЧП).

Основными инструментами данного партнерского сценария развития являются:

- Инвестиционный фонд РФ;
- федеральные целевые программы;
- концессионные соглашения;
- совместные предприятия;
- кластерный подход;
- долгосрочные инвестиционные соглашения;
- государственная корпорация «Банк развития внешнеэкономической деятельности»;
- открытые экономические зоны и т.д.

Использование инструментов ГЧП при реализации инновационных проектов поможет коммерциализировать пользующиеся высоким спросом наукоемкие продукты и услуги. Большое значение в развитии данного сотрудничества отводится частному бизнесу, усилению его роли в формировании стратегий развития, в том числе на региональном уровне и, непосредственно, привлечению финансов частных инвесторов [1, с. 24].

Безусловно, преимуществами такого сценария являются увеличение числа инвестиционно-активных компаний, расширение внебюджетного софинансирования, а также усиление координации стратегических мероприятий. Однако со стороны государственного участия наблюдается недостаточная информационная поддержка инновационного предпринимательства, отсутствие экономических стимулов для привлечения прямых инвестиций в высокотехнологичные предприятия, недостаточная

охрана и защита прав интеллектуальной собственности, созданной, в том числе, с привлечением средств федерального бюджета, что создает нестабильность и неопределенность в правовых и экономических отношениях.

В заключении подчеркнем, что механизмы государственной поддержки инновационного развития страны различны – административные, экономические, прямые, косвенные). С нашей точки зрения необходимым фактором успеха при разработке и реализации инновационных программ развития является активная позиция органов государственной власти и местного самоуправления.

Россия не имеет структур, способных заменить государство как субъекта принятия масштабных инновационно-технологических решений. Поэтому государство должно взять на себя риск «первопроходца», развивая и повышая инновационность различных отраслей экономики, тем самым оно сигнализирует основным участникам рынка о возможности доверия к подобному рода «проектам». [2]

Как будет развиваться наша страна, зависит от скоординированной государственной экономической политики, определяющей механизмы государственной поддержки инновационной модели развития экономики, а также грамотного использования возможностей ГЧП в вопросах инновационного развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гудименко Г.В. Государственно-частное партнёрство как фактор развития инновационного предпринимательства (на примере Центрального федерального округа РФ) // Успехи современной науки и образования. 2017. Т. 3. № 2. С. 24-27.
2. Иванова С.А. Инновационная конкурентоспособность региона на основе кластерного подхода // Автореферат диссертации на соискание ученой

степени кандидата экономических наук / Челябинский государственный университет. Челябинск, 2011.

3. Консультант Плюс [Электронный ресурс]. Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (Дата обращения 16.10.2017).

4. Механизм государственной поддержки и инновационной деятельности [Электронный ресурс]. Электрон. дан. – Режим доступа: <http://ven995.narod.ru/gos/36.htm> (Дата обращения 16.10.2017).

Чистяков М.С.

аспирант кафедры менеджмента

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при
Президенте РФ, Владимирский филиал, г. Владимир, РФ

ПРОБЛЕМНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ РОССИИ В АСПЕКТЕ СТАНОВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ПРОМЫШЛЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА

Характерной чертой современной мировой экономики в условиях перехода к постиндустриальному этапу развития является генерирование «экономики знаний», т.н. «новой экономики», построенной на инновациях. Инновации в форме неосязаемых активов превращаются в базовую основу и катализатор «новой экономики», неотъемлемой части национальной безопасности и конкурентоспособности государства на мировой арене. Именно инновационный подход должен стать драйвером в концепции промышленного развития и реиндустриализации РФ [1,141].

Россия в мировом сообществе известна как страна со значительным научно-техническим потенциалом и развитой фундаментальной наукой, с другой – уровень развития технологий остается низким. «Сегодня лишь 5% промышленных предприятий (по данным Госкомстата РФ) осуществляет разработку и освоение инноваций. На мировом рынке высокотехнологичной продукции Россия занимает 0,3%» [2] за счет экспорта продукции военно-промышленного комплекса (ВПК), развития космических технологий (выпуск ракетных двигателей и ракетоносителей, спутников), ядерных технологий, телекоммуникационной и навигационной инфраструктуры.

В качестве эффективного механизма высокопродуктивного институционального взаимодействия в конструктивном аспекте развития высокотехнологичной инновационной сферы целесообразно развивать

государственно-частное партнерство (ГЧП), способствующее развитию перспективных стартапов. К таковым направлениям ГЧП следует отнести:

1. Создание технико-внедренческих зон, на территории которых закреплены определенные преференции инновационным компаниям; бизнес-инкубаторов при ВУЗах, НИИ и КБ; центров генерации и трансфера технологий, в т.ч. в юрисдикции технопарковых структур; инновационных центров коллегиального использования «единичного» высокотехнологичного оборудования, обладающего исключительными характеристиками. Данные структуры могут функционировать в рамках действия Федерального закона «Об особых экономических зонах в РФ»;
2. Долевое распределение финансовых затрат на реализацию проектов, в т.ч. национальных;
3. Развитие наукоградов (г. Дубна г. Обнинск), инновационного центра «Сколково» (в рамках Федерального закона «Об инновационном центре «Сколково»)), национального исследовательского центра «Курчатовский институт»; формирование в РФ разветвленной сети инновационных исследовательских центров по перспективным направлениям науки и техники.

Низкая степень инвестиций в инновационное развитие является сдерживающим фактором реиндустриализации технико-технологического потенциала, необходимого для освоения выпуска конкурентоспособной высокотехнологичной продукции, снижения ее себестоимости, способствуя тем самым росту конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности, возможности выхода на мировые рынки товаров и услуг. Тем самым повышение инвестиционной составляющей и рост конкурентоспособности являются взаимовлияющими процессами.

Действенное ингибирование высокотехнологичного развития в промышленной сфере кроется в малой результативности механизма трансфера знаний и технологий, в отсутствии эффективной экономической координации

между различными субъектами инновационного процесса, в четко очерченной ротации инновационной инфраструктуры и обосновании ее необходимости. Таким образом, создается видимость инновационных изменений и деятельности в данном направлении отечественных промышленных предприятий в отсутствии экономической результативности.

Необходимо развивать институт заимствования технологических продуктов, который бы устанавливал, какие именно технологии необходимо перенимать и адаптационно развивать в российских реалиях с перспективой дальнейшего эффективного использования.

Процесс обеспечения научными и инженерно-техническими кадрами также нуждается в корректировке. Необходима подготовка высококвалифицированных инженеров по востребованным специальностям с применением наработок советской высшей школы и современных инновационных подходов в обучении.

Высокотехнологичному развитию промышленного потенциала способствует рост наукоемких отраслей на фоне глобализационных процессов и трендов научно-технической направленности:

- становление экономики знаний — основы высокотехнологичного и устойчивого экономического развития;
- создание экономически мотивированной концепции популяризации повсеместного использования «бережливого производства», значимости применения энергосберегающих технологий и ресурсосберегающих производств;
- за счет фактора инновационных ресурсосберегающих технологий повышение качества жизни;
- построение экологически и законодательно оформленной модели ограничения и снижения пагубного влияния техногенных факторов старого формата производств в целях обеспечения экологической безопасности, улучшения состояния здоровья народонаселения и демографической ситуации, повышения качества и уровня жизни;

- развитие транспарентного рынка нано-, генно-молекулярных и биокогнитивных технологий, технологий стволовой трансплантации, обеспечивающих повышение качества жизни населения;

- приоритетное развитие научного потенциала как главной составляющей высокотехнологичной инновационной среды, обеспечивающей конкурентные преимущества на общемировом пространстве;

Процесс систематизации тенденций и трендов эволюции мировой экономики, которые непосредственно влияют на национальную экономическую систему и научно-технологическое развитие, позволил выявить следующие факторы качества инновационно-инвестиционных стартапов высокотехнологичных производств:

- 1) *Технологические.* Современные информационно-коммуникационные технологии; энерго- и ресурсосбережение, высокотехнологичные рабочие места, способствующие повышению производительности труда, разработка отраслевых критериев наукоемкости и пр.;
- 2) *Социально-общественные.* Повышение роли человеческого потенциала через общественную активность в формате экспертно-консультативных мероприятий; открытый доступ к различным программным документам для общественности; создание системообразующего комплекса оценки отрицательных последствий от реализации различного рода проектов, в т.ч. экспертное моделирование; ужесточение соблюдения социально-значимых стандартов в процессе выполнения инновационных стартапов; формирование финансовой дисциплины и ответственности субъектов кредитования проектов развития;
- 3) *Экологические.* Соблюдение унифицированной природоохранной политики в мировом и национальном масштабе, следование мерам энергетической безопасности и переход на возобновляемые источники энергии; верификация технико-экономических характеристик хозяйствующего субъекта в соответствии с инновационным стартапом и требованиями экологической безопасности;

- 4) *Экономические*: мероприятия по обеспечению конкурентных преимуществ на мировом и отечественном рынках; обеспечение достаточного объема оборотных финансовых средств, в т.ч. через государственный и муниципальный заказ; налоговые преференции для отечественных производств; внедрение механизмов привлечения инвестиций; государственная политика по упрощению вхождения иностранного капитала в экономическую среду.

Высокотехнологичное производство, как показывает практика, является важнейшим трендом в мировой экономике, находящееся в тесной взаимосвязи с национальными драйверами научно-технологического потенциала, оказывающие непосредственное влияние на становление и реализацию государственной стратегии реиндустриализации РФ. Развитие наукоёмких высокотехнологичных производств в атмосфере глобальной конкуренции и притязаний на технологическое господство высокоразвитых государств без проведения соответствующих мероприятий социально-экономической, научно-технической и природоохранной направленности не представляется возможным. В тоже самое время именно реиндустриализация и развитие конкурентоспособного высокотехнологичного производства является мощным активатором достижения благосостояния населения и социально-экономического благополучия государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абдряшитова А.И., Лачина Т.А., Чистяков М.С. Инновационный подход кластерно-сетевого взаимодействия в стратегии промышленного развития и реиндустриализации России // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2017. №1. С. 141-154.
2. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://government.ru/media/files/41d457592e04b76338b7.pdf> (23.09.2017).

Шагабутдинова А.И.

студент магистратуры 2 курса МП «Финансомика», ТюмГУ,

г. Тюмень, Россия

Абышева А.В.

к.э.н., доцент,

доцент кафедры финансов, денежного обращения и кредита ТюмГУ,

г. Тюмень, Россия

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ВНЕШНИЙ ДОЛГ РОССИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

Большинство стран нашей планеты не имеют достаточно средств для проведения каких-либо экономических или социальных преобразований, в результате чего, они вынуждены прибегать к внешним источникам финансирования. Рациональный подход к иностранным займам, кредитам и помощи от других стран способствует решению многих финансовых проблем государства. Но, стоит отметить, что отсутствие грамотной, целостной политики в области привлечения и использования внешних займов ведет к образованию внешнего государственного долга, что препятствует проведению преобразований, необходимых стране.

Таким образом, в мировой экономике возникает такое понятие как проблема государственного внешнего долга. Данная проблема является одной из наиболее сложных в мировой экономике 21 века. Некоторые экономисты относят данную проблему к разряду глобальных. Также, многие исследователи рассматривают такое понятие как «долговая экономика», отличительная особенность которой является необратимое приближение объема средств на обслуживание государственного внешнего долга (то есть погашение долга и процентов по нему) к объему новых займов страны.

Данная проблема является актуальной как для мировой экономики, так и для экономики России. В связи со значительными масштабами самого внешнего долга нашей страны, необходимостью отвлечения крупных средств для его обслуживания и сокращения, что существенно ограничивает возможности экономического роста в стране.

Внешний государственный долг это задолженность правительства страны другим странам, их гражданам, иностранным фирмам. Погашение внешнего долга происходит следующим образом: товары и услуги, созданные страной перемещаются за границу, в результате чего, сокращается их потребление внутри данной страны. Целями государственных внешних займов Российской Федерации являются финансирование отраслей, не являющихся нефтегазовыми, а также для погашения долговых обязательств страны.

Существует множество подходов, которые определяют размеры государственного долга в стране. Обычно для этих целей использую размер ВВП страны и объемы экспорта. Если внешний долг превышает 60% ВВП и и/или затраты на обслуживание долга превышают 40% экспорта, то положение считается опасным.

Под государственными внешними заимствованиями Российской Федерации понимаются государственные займы, осуществляемые путем выпуска государственных ценных бумаг от имени Российской Федерации, и кредиты, привлекаемые от кредитных организаций, иностранных государств, включая целевые иностранные кредиты (заимствования), международных финансовых организаций, иных субъектов международного права, иностранных юридических лиц, по которым возникают долговые обязательства Российской Федерации, выраженные в иностранной валюте. [2, с. 110]

Рассмотрим структуру государственного внешнего долга РФ, рассмотренного в таблице 1.

Таблица 1

Структура государственного внешнего долга Российской Федерации* по состоянию на 1 сентября 2017 года

Категория долга	млн. долларов США	эквивалент млн. евро**
Государственный внешний долг Российской Федерации (включая обязательства бывшего Союза ССР, принятые Российской Федерацией)	51 094,2	42 745,9
Задолженность перед официальными двусторонними кредиторами - не членами Парижского клуба	594,3	497,2
Задолженность перед официальными многосторонними кредиторами	730,1	610,8
Задолженность по внешним облигационным займам	38 077,9	31 856,4
Задолженность по ОВГВЗ	3,2	2,6
Прочая задолженность	20,9	17,5

Государственные гарантии Российской Федерации в иностранной валюте	11 667,8	9 761,4

Источник: [2].

Согласно таблице, основной значительной категорией долга является задолженность по внешним облигационным займам. Объем данной категории в общей структуре государственного внешнего долга составляет 74%. На втором месте государственные гарантии РФ в иностранной валюте. Данная категория составляет 22,8% в общей структуре.

Далее, мы рассмотрим динамику изменения государственного внешнего долга РФ за период 2011-2017г.

Таблица 2

Объем государственного внешнего долга Российской Федерации (2011-2017 гг.), млн. долл. США

Отчетная дата	Всего,	в т.ч. государственные гарантии Российской Федерации в иностранной валюте:
1	2	3
01.01.2011	39 956,9	913,3
01.01.2012	35 801,4	1 008,9
01.01.2013	50 769,2	11 389,8
01.01.2014	55 794,2	11 399,1

01.01.2015	54 355,4	12 083,2
01.01.2016	50 002,3	11 875,9
01.01.2017	51 211,8	11 730,5
01.09.2017	51 094,2	11 667,8

Источник: [1].

В 2011 году государственный внешний долг составлял 39 956,9 млн. долл. На начало 2017г. Долг составлял 51 211,8 млн. долл. Увеличение произошло на 22 %. Внешний государственный долг в январе-сентябре уменьшился на 0,23%. В целом объемы государственного долга за последние 6 лет не имел резких скачков в изменениях, а имеет стабильно примерно 50 млн. долл., что является положительной тенденцией для развития экономики России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1) Объем государственного внешнего долга Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: https://www.minfin.ru/ru/performance/public_debt/external/structure/ (дата обращения 16.10.2017г.)
- 2) Структура внешнего государственного долга [Электронный ресурс] URL: https://www.minfin.ru/ru/performance/public_debt/external/structure/ (дата обращения 16.10.2017г.)
- 3) Брагина, О.Н. Место России в мировой экономике: Учебник / О.Н. Брагина,. - М.: Дис, 2014. - 215 с.

Шмаков В. С.

д. филос. н., вед. н. сотр.

Институт философии и права СО РАН

г. Новосибирск, Россия

ВЛИЯНИЕ АГРАРНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА НА РАЗВИТИЕ АПК РОССИИ[†]

Выявление динамики развития агропромышленного комплекса (АПК) России в условиях социально-экономических реформ имеет стратегическое значение в контексте продовольственной безопасности страны. Анализируя проблему воздействия аграрной политики на развитие сельскохозяйственных регионов, важно выявить основные факторы оказывающие определяющее влияние на ее эволюцию. Начиная с середины 90-х гг. XX века агропромышленная политика прошла несколько периодов своего поступательного движения. Анализ ретроспективы развития АПК в 90-е гг. показывает назревшую необходимость проведения структурных реформ с учетом изменения политических и социально-экономических отношений в стране. Радикальные экономические преобразования 90-е гг. предусматривали конструктивные социально-экономические трансформации в аграрном секторе. Были поставлены глобальные задачи: проведение аграрной реформы, предусматривающей реорганизацию колхозно-совхозной системы; развитие многоукладной аграрной экономики в целях повышения социально-экономической активности и хозяйственной инициативы населения села. В результате непродуманных и скоропалительных реформ начался спад производства во всех сферах сельского хозяйства, его было необходимо

[†] Грант РГНФ №15-03-00605 " Социальные риски реструктуризации экономики сельских территорий: глобальные вызовы и локальные ответы"

остановить. Земельная реформа привела к изменению форм собственности и развитию многоукладности экономики. В агропромышленном комплексе развивается принципиально новая структура производства, которая характеризуется резким снижением общественного сектора, существенным ростом доли личных подсобных хозяйств (ЛПХ) населения и появлением незначительной части фермерских предприятий. Переход к примитивным технологиям ведения хозяйства приводит к снижению продуктивности производства. В процессе социально-экономических изменений сельские жители сталкиваются примерно с одинаковым набором проблем: безработица, резкое сокращение денежных доходов, увеличение роли социальных трансфертов, вытеснение трудовых ресурсов в сферу личного крестьянского хозяйства, которое превращается в основной фактор выживания сельского населения. Под влиянием проводимой аграрной политики на селе складывается система адаптации населения к новым социально-экономическим условиям, возник своеобразный гибрид организационных структур, состоящий из разных социально-экономических форм. Это сектор личных подсобных хозяйств и крупные сельскохозяйственные предприятия (крупхозы), частично кооперирующие друг с другом и, в известной мере, конфликтующие между собой, но выполняющие взаимодополняющие и компенсаторные по отношению друг к другу функции. ЛПХ исполняют определяющую роль в процессе адаптации села к рыночным отношениям (путем самообеспечения и частичного «встраивания в рынок»). Крупхозы, прежде всего, реформированные колхозы и совхозы, играют роль не только градообразующего предприятия, но и выступают в качестве редистрибутивных структур, определяющих взаимодействие микроэкономик личных хозяйств с формально-рыночной средой. Основными социально-экономическими инновациями этого периода являются: а) процессы ренатурализации, ЛПХ становится основным источником дохода домохозяйства; б) одним из источников дохода семьи становятся различные формы государственной редистрибуции; в) развиваются черно-рыночные отношения для сбыта произведенной продукции. Практически

все домохозяйства, основой экономической жизни которых является ЛПХ, симбиотически связаны с крупхозом и включены в черно-рыночные отношения. Наличие достаточно развитой сети социальной поддержки и взаимопомощи, становится основой взаимосвязи и взаимообеспечения ЛПХ. Результатом преобразований явилось резкое снижение уровня жизни сельского населения, деградация социальной сферы и инфраструктуры села. Идет процесс возврата к патриархальным отношениям, что характерно и для ряда других стран бывшего СССР.

С начала 2000-х гг. государственная аграрная политика в значительной степени активизируется. Основные направления поступательного движения АПК определяют федеральные целевые программы: социальная сфера, ускоренный подъем животноводства, стимулирование развития малых форм хозяйствования, улучшение инфраструктуры села, обеспечение жильем молодежи на селе и др. АПК России делает определенные попытки выйти из экономического и финансового кризиса. Принятая в этот период система мер по стабилизации агропромышленного комплекса позволили России в начале 2000 гг. перейти к более динамичному развитию сельской экономики. Можно отметить основные изменения, происходящие в АПК в этот период.

1. Интенсивное развитие многоукладной экономики приводит к экономической дифференциации хозяйств. 2. Рост безработицы на селе способствует расширению не аграрной занятости жителей села и, в конечном итоге, к изменению сельского образа жизни. 3. Осуществляется процесс поляризации социально-экономического пространства, что проявляется в сегментации на кластеры инновационных изменений, переходные образования и деградирующие территории депрессивной и архаичной сельской местности с застойной безработицей населения. Процессы пространственной и социальной дифференциации порождают риски возникновения трансформационных тупиков, соотносимых с недостатком возможностей альтернативной активности, нехваткой материальных (финансовых, земельных) ресурсов и ограниченностью рынка труда. В этих условиях наиболее распространенной

адаптационной реакцией является новая конфигурация экономической активности и источников системы доходов, характеризующаяся изменением роли аграрного производства, возрастающей значимостью экономической активности вне сельского хозяйства и трансфертов, как частных, связанных с миграцией и нео-отходничеством, так и государственных трансфертов, связанных с конкретными системами поддержки. Это приводит к появлению «проигрывающих сообществ», для которых характерны высокий уровень бедности, формированию устойчивых тенденций к маргинализации населения вследствие локальных ограничений, проблема устойчивого развития которых все более усложняется – все существующие тенденции обуславливают их негативную социальную и демографическую динамику. В случае, если ситуация характеризуется еще и ограниченными возможностями миграции, положение таких сообществ (локального, регионального или даже национального уровня) становится практически безвыходным, порождая неблагоприятные социальные, экономические и политические последствия. Итогом этого периода является ряд качественных институциональных и социально-экономических изменений: развиваются крупные фермерские хозяйства и организуются агрохолдинги; идет процесс модификации организационно-производственной структуры сельских сообществ; модернизируются социально-экономические практики населения села; меняются формы адаптации к новым социально-экономическим условиям. К наиболее существенным итогам инновационных процессов можно отнести сокращение социально-экономического потенциала ЛПХ и сохраняющуюся тенденцию деградации человеческого и социального капитала села.

Принятый в декабре 2006 года Федеральный закон "О развитии сельского хозяйства", определил стратегии вывода АПК России на уровень наиболее развитых сельскохозяйственных стран. Были сформулированы основные цели, задачи, принципы реализации государственной аграрной политики, направленной на устойчивое развитие сельского хозяйства и сельских территорий. В государственных программах развития АПК на 2008 – 2012 и на

2013 – 2020 гг. были сформулированы долгосрочные цели аграрно-продовольственной политики страны. Сельское хозяйство, должно обладать основным набором социально-экономических факторов, способствующих инновационному развитию, в целях обеспечения продовольственной безопасности. В целом можно отметить, что основные тенденции в развитии аграрного сектора России в настоящее время характеризуются существенными институциональными и социально-структурными преобразованиями. 1. В экономику села внедряется новый инновационный хозяйственный уклад, представленный агрохолдингами и крупными фермерами. 2. Изменяются стратегии и практики социально-экономического поведения жителей села, сокращается значимость личных подсобных хозяйств, что приводит к модифицированию социально-экономических практик населения, обеспечивающих адаптацию сельских сообществ к новым социально-экономическим условиям. 3. Идет процесс сокращения значения всех основных структур (поддержка ЛПХ со стороны крупхоза, черный рынок, прямые дотации от государственных органов, субсидии и др.), генерирующих неформальные интегративные связи и отношения. 4. Растет значение не аграрной занятости в сельской местности, как проявление диверсификации социально-экономической активности домохозяйств и изменения сельского образа жизни. Можно выделить две основных модели интегративных структур, играющие решающую роль в жизни современного села.

1). Симбиоз экономики крупхозов и мелкотоварного производства. Это явление преобладало в 90-х – начале 2000-х гг.

2). Инновационная экономика, представленная крупным фермерством и агрохолдингами, интегрированных с финансовым капиталом [1].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Шмаков В.С. Аграрная политика России как фактор устойчивого развития АПК // Вестник НГУ. Серия: Философия. 2015. Т. 13. Вып. 4. С. 144-155.

Шпалтаков В. П.

Д. э. н., профессор,
профессор кафедры экономики
Омского государственного университета
путей сообщения, г. Омск, Россия

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЦИКЛОВ В РОССИИ

С давних времен Россия развивается особенными путями и средствами. Это было характерно для эпохи феодализма, дореволюционного капитализма, социализма и современного капитализма. Это определяется многими факторами: природно-климатическим, географическим, внешнеполитическим, религиозным, этническим, культурным и др. При переходе от социалистической системы к капиталистической сформировал особый тип капитализма, который во многом отличается от капитализма развитых стран мира. Это в значительной мере определило и особенности развития современной России, характер её цикличности. Экономические циклы представляют собой колебания в совокупной экономической деятельности наций в форме частного предпринимательства. Экономический цикл отражает неравномерность в развитии экономики, прохождение ею подъема и спада. Цикл можно рассматривать как постоянную динамическую характеристику, определяющее развитие экономики. Общая длительность цикла измеряется обычно временем между двумя соседними высшими или двумя соседними низшими точками активности. Цикличность экономики может иметь мировой, а также региональный и страновой характер. Проблема российского экономического цикла заключается в усилении в нем негативных факторов, тормозящих экономический рост и усиливающих роль кризисных явлений. Рассмотрим важнейшие особенности российского экономического цикла в современную капиталистическую эпоху.

Во-первых, российский экономический цикл приближается к среднесрочным колебаниям. Это объясняется колебаниями денежно-кредитных факторов, вызванных периодическими изменениями цен на нефть, газ и другое сырьё, которые обесценивают российскую валюту, капитализацию российских компаний на мировом рынке, сжатие государственного бюджета и всей финансовой системы. Если определять цикл по кризисам, то в период капитализма в России кризисы были в 1991 – 1993, 1997 – 1998, 2007 – 2008, 2014 – 2017 гг. Уже в период существования СССР цены на нефть и газ сильно колебались. Так, в результате мирового перепроизводства нефти в 1980-х гг. произошёл обвал цен на нефть до \$10 за баррель. В результате снизились экспортные доходы СССР, что стало одной из причин экономического коллапса и распада СССР в 1991 г. В 90-е гг. цена на нефть держалась на уровне \$20 – 17 за баррель, снизившись в 1998 г. до \$12, что привело к резкому увеличению бюджетного дефицита и его дефолту. Экономический кризис 1998 г. в России был одним из самых тяжёлых кризисов в истории России. В 2000-е гг. цена на нефть колебалась от \$24 в 2001 г. до \$111 в 2012 г. Начало мирового финансово-экономического кризиса 2008 г. привело к обвалу цен до \$33,7 и только в 2009 г. цена начала медленно расти [1]. С середины 2014 года из-за переизбытка сырья на рынке, вызванного, в частности, слабым ростом мирового потребления, цены на нефть снизились двукратно. В январе 2016 г. цена нефти марки Brent опустилась до \$27,72 за баррель, обновив таким образом 13-летний минимум [2]. В 2017 г. цена нефти поднялась до \$55, хотя кризис в России продолжался.

Во-вторых, в российском экономическом цикле фазы подъема являются менее интенсивными, чем фазы кризиса. Основная причина этого явления состоит в том, что Россия имеет однобокую экономическую структуру, в ней слабо развито обрабатывающее производство, которое формирует устойчивый экономический рост, значительный сектор хозяйства – сырьевой, доходы которого зависят от колебаний цен на сырьё на мировом рынке, а потому он неустойчив. Доля доходов от продажи сырья и налогов, взятых с его продажи в федеральном бюджете страны составляет 86,5 % [3], нефтегазовые доходы

достигали 50 %, хотя в результате падения цен на нефть они упали в 2016 г. до 34 % [4].

В-третьих, выход из кризисов в России не осуществлялся за счет модернизации экономики, как это обычно было в зарубежных странах, он происходил в результате улучшения конъюнктуры на мировом рынке нефти и газа. По данным Росстата, внутренние затраты на исследования и разработки в экономике России составили в 2010 г. 523 млрд р. (1,13 % к ВВП) и в 2015 г. 915 млрд р. (1,10 % к ВВП), т. е. их удельный вес в ВВП во время кризиса сокращался. Разработка передовых технологий возростала очень медленно: 1323 в 2012 г. и 1534 в 2016 г., причем принципиально новые технологии составляли всего 10 – 12 %, число используемых передовых технологий увеличилось за то же время всего на 20 %. Инновационная активность организаций не превышает 10 % [5, с. 343 – 347, 352].

В-четвертых, в отличие от кризиса развитого капитализма, в котором происходит падение цен на продукцию и услуги, в результате чего разоряются и уходят с рынка неэффективные фирмы, в России во время кризиса сохраняется высокая инфляция, что объясняется сильной монополизацией экономики. В период последнего кризиса индекс потребительских цен определялся Росстатом таким образом: 2014 г. – 111,4 %, 2015 г. – 112,9 %, 2016 г. – 105,4 % [5, с. 36]. За три года кризиса деньги в стране обесценились на 29,7 %. Помимо монополизма инфляция была вызвана резкой девальвацией рубля (ослабление валюты России по отношению к иностранной), которая была вызвана снижением мировых цен на нефть и газ, от экспорта которых зависит доходная часть бюджета. За годы капиталистического развития Россия пережила три существенные девальвации рубля: в 1998 – 1999 гг. – примерно в четыре раза, в 2008 – 2009 гг. – примерно на 50 % и, наконец, в 2014 – 2015 гг. – почти на 100 % [6].

В-пятых, для экономического цикла России характерен мало благоприятный деловой климат. Отрицательное влияние на него оказывает непрерывный рост бюрократии и её давление на бизнес, обширная коррупция (131-е место в

рейтинге восприятия коррупции по итогам 2016 г), высокие банковские проценты и недоступность кредита, особенно для малого и среднего бизнеса, необъективное судопроизводство, произвол властей и т. д. В результате инвестиции в реальный сектор экономики невелики, значительная часть капитала выводится за рубеж в оффшоры. За 2014 – 2016 гг. вывоз капитала из России составил 226 млрд. долл. [7]. За 15 лет из России в офшоры вывели 75% национального дохода [8].

В-шестых, в России, несмотря на частые кризисы, правительство не имеет эффективной антициклической политики, поэтому кризисы приводят к значительной безработице и росту бедности среди населения. Реальные располагаемые доходы россиян в 2017 г. снизились до уровней 2009 г., количество граждан, которые находятся за чертой бедности, достигло 15%, то есть 22 млн человек [9]. Однако российское правительство не проводит в жизнь необходимых мер по снижению бедности, повышению доходов и покупательной способности населения. Не делаются попытки проведения давно назревших реформ модернизации экономики и системы управления страной. Оно не усиливает конкурентных основ рынка, слабо борется с бюрократическим давлением на бизнес и с массовой коррупцией чиновников. Назревшие реформы государственных институтов откладываются, по-прежнему надежда у руководства на повышение цен в мире на нефть и газ.

В-седьмых, на характер последнего цикла (и, вероятно, на следующие) значительное влияние оказывают экономические санкции, введенные против России США и другими зарубежными странами. Санкции препятствуют получению дешевых кредитов, импорту новой техники, привлечению иностранных инвестиций, осуществлению зарубежных проектов Россией, создают бойкот российских банков и т. д. В этих условиях экономический подъем должен ориентироваться на собственный потенциал и импортозамещение.

Вывод: России необходимо изменить характер сложившегося экономического цикла, который сохраняет отставание её экономики от

развитых стран и бедность значительной части населения, что неизбежно должно привести к социальному взрыву. Изменение должно осуществить правительство с помощью ряда реформ. В первую очередь необходимо демократизировать государственное управление, ввести конкуренцию в политической сфере и сменяемость властей, решительно очистить государство от бюрократизма и коррупции; осуществить выработку новой экономической политики и стратегии развития внутреннего рынка, демонополизировать экономику; ускорить развитие образования, науки и высокотехнологического производства; снизить налоговое давление на бизнес, особенно на малый, освободить бедное население от налогов и увеличить налоги с богатого класса; повернуть банковскую систему со спекулятивных функций на функции кредитования реального сектора экономики; увеличить долю доходов регионов. Эти реформы необходимо проводить безотлагательно.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. От максимума до обвала: динамика цен на нефть с 2000 года
URL: <http://tass.ru/ekonomika/2509009>
2. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Цены_на_нефть
3. Какова доля сырьевых доходов в бюджете России?
URL: <http://investorschool.ru/kakova-dolya-syrevykh-doxodov-v-byudzhete-rossii>
4. Доля нефтегазовых доходов в бюджете России упала до семилетнего уровня.
URL: <http://www.rbc.ru/economics/24/03/2016/56f32a639a794756a61f301e>
5. Россия в цифрах. 2017: Крат. стат. сб./Росстат – М., 2017. – 511 с.
6. Корищенко К. Опыт падений: что отличает девальвацию рубля 2015 от прошлых волн.
URL: <http://www.rbc.ru/opinions/economics/21/08/2015/55d7084c9a794736a41327d1>
7. Бегство капитала. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Бегство_капитала
8. За 15 лет из России в офшоры вывели 75% национального дохода.
URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3391074>
9. Голикова заявила о росте на 2 млн числа россиян за чертой бедности
URL: <http://www.rbc.ru/economics/28/06/2017/59536b549a794702e475254a>